

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, DAN
PERCEIVED PRICE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RESTORAN BMK CABANG MAL EMPORIUM PLUIT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : CHRISTIN JOE

NPM : 115160319

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2020

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, DAN
PERCEIVED PRICE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RESTORAN BMK CABANG MAL EMPORIUM PLUIT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : CHRISTIN JOE

NPM : 115160319

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : Christin Joe
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160319
Program Studi : SI Manajemen
Alamat : [REDACTED]
HP : [REDACTED]

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 15 Januari 2021



(Christin Joe)

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

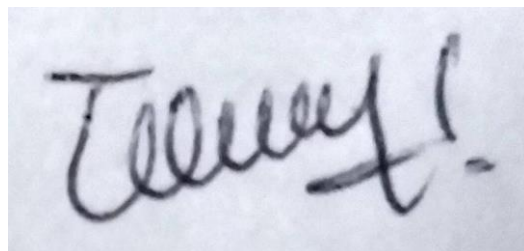
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : CHRISTIN JOE
NO. MAHASISWA : 115160319
JURUSAN : S-1/ MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAGEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN BMK CABANG MAL EMPORIUM PLUIT

Jakarta, 15 Januari 2021

Pembimbing,



(Tommy Setiawan Ruslim S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

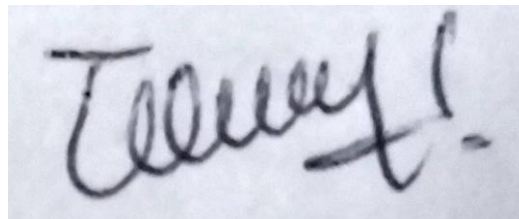
NAMA : CHRISTIN JOE
NIM : 115160319
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN BMK CABANG MAL EMPORIUM PLUIT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 26 Januari 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : RR.KARTIKA NURINGSIH, SE., M.Si
2. Anggota Penguji 1 : TOMMY S. RUSLIM, SE., MM
3. Anggota Penguji 2 : ARY SATRIA PAMUNGKAS, SE., MM

Jakarta, 15 Januari 2021

Pembimbing,



(Tommy Setiawan Ruslim S.E., M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) CHRISTIN JOE (115160319)

(B) PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN BMK CABANG MAL EMPORIUM PLUIT.

(C) xvi+ 101 halaman, 2021, 28 tabel, 6 gambar, 5 lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) **Abstrak** : Pada saat ini restoran BMK cabang Mal Emporium sedang mengalami penurunan pembelian yang sangat drastis akibat dari pandemi ini, kepuasan konsumen penting untuk diteliti agar dapat meningkatkan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit. 2) untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit. 3) untuk mengetahui pengaruh *perceived price* terhadap *customer satisfaction* pada restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 150 responden konsumen restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit. Metodologi pengambilan data menggunakan survey *online*, analisis statistik yang digunakan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan metode pengambilan sampel *convenience sampling*. Secara keseluruhan hasil dari penelitian ini yaitu 1) *service quality* memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen BMK cabang Mal Emporium Pluit. 2) *food quality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen BMK cabang Mal Emporium Pluit. 3) *perceived price* memiliki pengaruh positif signifikan untuk *customer satisfaction* pada konsumen BMK cabang Mal Emporium Pluit.

Kata Kunci : *Service quality, food quality, perceived price, customer satisfaction.*

(F) Daftar Pustaka 63 (1980-2019)

(G) Tommy Setiawan Ruslim, S.E, M.M.

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS
JAKARTA

(A) CHRISTIN JOE (115160319)

(B) *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, AND PERCEIVED PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION IN BMK RESTAURANT, EMPORIUM PLUIT DEPARTMENT STORE BRANCH.*

(C) xvi+ 101 pages, 2021, 28 tables, 6 pictures, 5 attachment

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) **Abstract** : *At this time, the BMK restaurant in the Emporium Mall branch is experiencing a drastic decline in purchases as a result of this pandemic, it is important to research customer satisfaction in order to increase purchases. The purpose of this study was to determine 1) to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the BMK restaurant at the Emporium Pluit Mall branch. 2) to determine the effect of food quality on customer satisfaction at the BMK restaurant at the Emporium Pluit Mall branch. 3) to determine the effect of perceived price on customer satisfaction at the BMK restaurant, Emporium Pluit Mall branch. The sample used in this study were 150 respondents who were consumers of the BMK restaurant in the Emporium Pluit Mall branch. The data collection methodology used online surveys, statistical analysis used quantitative. The sampling technique used was non-probability sampling with a convenience sampling method. Overall the results of this study are 1) service quality has a positive and insignificant effect on customer satisfaction on consumers of BMK, Emporium Pluit Mall branch. 2) food quality has a significant positive effect on customer satisfaction at BMK consumers at the Emporium Pluit Mall branch. 3) perceived price has a significant positive effect on customer satisfaction on BMK consumers at the Emporium Pluit Mall branch.*

Keywords : *Service quality, food quality, perceived price, customer satisfaction..*

(F) *Reference 63 (1980-2019)*

(G) Tommy Setiawan Ruslim, S.E.,M.M.

HALAMAN MOTO

Berbahagiaalah karena Tuhan begitu baik
(Mazmur 34:9)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini kupersembahkan kepada :

Kedua orang tua saya
yang telah membesarkan saya dengan penuh rasa kasih sayang
demi membantu saya meraih kesuksesan dalam hidup.

KATA PENGANTAR

Pertama, saya ucapkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya yang senantiasa menyertai peneliti dalam pembuatan skripsi ini sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan tepat pada waktunya guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak bantuan, bimbingan, motivasi, perhatian, dukungan semangat dari beberapa pihak, sehingga skripsi ini selesai dengan baik, yaitu kepada yang terhormat :

1. Keluarga tercinta yaitu mama, papa, koko, dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.
2. Bapak Tommy Setiawan Ruslim, S.E, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.
3. Bapak Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Ronnie Resdianto Masman S.E., M.A., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi
5. Bapak Dr. Keni, S.E, M.M., selaku Ketua Jurusan Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Bapak Frangky Slamet, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Segenap dosen dan asisten dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, yang telah bersedia memberikan pengetahuan dan pembelajaran selama perkuliahan berlangsung, dan kepada seluruh karyawan yang telah membantu penulis dalam segala hal selama berkuliah di Universitas Tarumanagara.
8. Hendri Mulyadi, Winshel Riyandy Go, dan Yohanes yang selalu mebantu dalam penyusunan skripsi, menjadi tempat curahan keluh kesah, pemberi semangat, dukungan baik dalam hiburan, dan doa selama ini.
9. Teman - teman yang selalu siap saya ganggu untuk bertanya William Cuawanta, Thomas Wilson, Dhevina Wangsa, Ivone Chandra, Yessy Geofani yang telah memberikan banyak masukan kepada saya selama menyusun skripsi ini.

10. Sahabat - sahabat yang selalu mendukung, Cindy Priscilla, Ferren Khosasi, Desi Tanita, Novika Bella, Kelvin Niutama, Yacobus Octavianus, Lafenia Jendy selaku teman seperjuangan dari awal kuliah hingga sekarang yang telah mendengarkan dan memberikan banyak dukungan dan mendengarkan keluh kesah saya selama ini.
11. Kepada teman - teman yang tidak dapat saya disebutkan satu per satu dari dalam Universitas Tarumanagara maupun diluar Universitas Tarumangara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan pengalaman terbatas. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, Januari 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'C' followed by several loops and a long horizontal stroke at the bottom.

(Christin Joe)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Batasan Masalah.....	7
4. Rumusan Masalah	7
B. TUJUAN DAN MANFAAT	7
1. Tujuan	7
2. Manfaat	8
BAB II. LANDASAN TEORI.....	9
A. GAMBARAN UMUM TEORI	9
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	10
1. <i>Service quality</i>	10
2. <i>Food quality</i>	11
3. <i>Perceived price</i>	12
4. <i>Customer satisfaction</i>	13
C. KAITAN ANTARA VARIABEL	14
1. Kaitan antara <i>Service quality</i> dan <i>Customer satisfaction</i>	14
2. Kaitan antara <i>Food quality</i> dan <i>Customer satisfaction</i>	16
3. Kaitan antara <i>Perceived price</i> dan <i>Customer satisfaction</i>	18
D. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	20
1. Kerangka Pemikiran.....	20
2. Hipotesis.....	21
BAB III. METODE PENELITIAN	22

A. DESAIN PENELITIAN	22
B. POPULASI DAN TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL PENELITIAN.....	22
1. Populasi.....	22
2. Teknik Pemilihan Sampel	23
3. Ukuran Sampel.....	23
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN	24
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS	27
1. Uji Validitas	27
2. Analisis Reliabilitas	30
E. ANALISIS DATA	31
1. Uji Secara Bersamaan (Uji F)	31
2. Uji Parsial (Uji t).....	32
3. Uji Koefisiensi Determinasi (R) dan Determinasi Ganda (R ²)	32
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
F. ASUMSI ANALISIS DATA	33
1. Uji Normalitas	33
2. Uji Heteroskedastisitas.....	34
3. Uji Multikolinearitas	34
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	35
A. DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN.....	35
1. Jenis Kelamin	35
2. Usia	36
3. Penghasilan Per Bulan.....	38
B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	39
1. <i>Service quality</i>	40
2. <i>Food quality</i>	41
3. <i>Perceived price</i>	42
4. <i>Customer satisfaction</i>	43
C. HASIL UJI ASUMSI ANALISIS DATA	44
1. Uji Asumsi Klasik	44
D. HASIL ANALISIS DATA	47
1. Analisis Regresi Berganda	47
2. Uji Secara Bersamaan (Uji F)	49
3. Uji Secara Parsial (Uji t)	49
4. Uji Koefisiensi Determinasi (R) dan Determinasi Ganda (42)	52
E. PEMBAHASAN	52
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	56
A. KESIMPULAN	56
B. KETERBATASAN DAN SARAN	56

1. Keterbatasan.....	56
2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	98
TURNITIN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian mengenai pengaruh <i>service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	15
Tabel 2.2 Penelitian mengenai pengaruh <i>food quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	17
Tabel 2.3 Penelitian mengenai pengaruh <i>perceived price</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel dan Instrumen <i>Service quality</i>	25
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Instrumen <i>Food quality</i>	25
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel dan Instrumen <i>Perceived price</i>	26
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel dan Instrumen <i>Customer satisfaction</i>	27
Tabel 3.5 Uji Validitas <i>Service quality</i>	28
Tabel 3.6 Uji Validitas <i>Food quality</i>	29
Tabel 3.7 Uji Validitas <i>Perceived price</i>	29
Tabel 3.8 Uji Validitas <i>Customer satisfaction</i>	30
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	38
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Service quality</i>	40
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Food quality</i>	41
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Perceived price</i>	42
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Customer satisfaction</i>	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Dengan Uji Kolmogorov-Smirnov	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas Dengan Nilai <i>Variance Inflation Factor</i>	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Ganda	47
Tabel 4.12 Hasil Uji F	48
Tabel 4.13 Hasil Uji t Variabel <i>Service quality</i>	49
Tabel 4.14 Hasil Uji t Variabel <i>Food quality</i>	50
Tabel 4.15 Hasil Uji t Variabel <i>Perceived price</i>	50
Tabel 4.16 Hasil Uji t Variabel <i>Customer satisfaction</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Surat Klarifikasi BMK Cabang Mal Emporium Pluit.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Per Bulan	39
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas <i>Plot</i>	45
Gambar 4.5 Hasil Uji Scatterplot.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	62
Lampiran 2 : Data Hasil Kuesioner	65
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	80
Lampiran 4 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	83
Lampiran 5 : Hasil Analisis Data.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki berbagai macam kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda disetiap individunya. Setiap individu memiliki selera berbeda-beda untuk berbagai macam hal mulai dari cara berpakaian hingga makanan untuk disajikan. Makanan merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap orang, tanpa bisa dipungkiri setiap orang akan mencari makanan yang terbaik untuk bisa dinikmati setiap harinya. Oleh sebab itu, banyak usaha- usaha kuliner bermunculan diberbagai belahan dunia yang menyajikan makanan dengan berbagai jenis. Salah satu bentuk dari usaha kuliner yang paling umum adalah restoran. Bisnis restoran merupakan salah satu jenis usaha yang menguntungkan dan akan selalu laris sepanjang masa, alasannya karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Bisnis restoran ini pun punya banyak kategori, menurut penelitian Jay *et al.* (2012 dalam situs www.studylib.net), secara umum industri restoran dibagi menjadi empat sektor utama yaitu *casual dining*, *fine dining*, *fast food*, dan *fast casual*.

Pada umumnya, restoran bertipe *casual dining* merupakan restoran yang menyediakan menu makanan mulai dengan harga menengah serta menawarkan suasana yang lebih santai. Selain itu, *casual dining* juga memiliki menu yang beragam dan jauh lebih lengkap daripada restoran dengan tipe *fast casual*, namun restoran tipe *casual dining* ini tidak semewah seperti tipe restoran *fine dining*. Restoran *casual dining* pada umumnya memiliki area khusus bar yang dilengkapi dengan *bartender* dan perlu diketahui, pelayanan di restoran jenis ini dilayani oleh *waiter* atau *waitress*.

Restoran *fine dining* adalah restoran yang memiliki pelayanan istimewa melebihi ukuran pelayanan dari restoran tipe lainnya. Restoran lain biasanya melayani konsumen hanya sekedar pesan dan penyajian makanan saja, namun pada restoran *fine dining* pelayanan yang diberikan sangat luas dan mendetil. Menurut situs (www.highstreet.co.id), servis yang disediakan oleh restoran *fine dining* sangat istimewa, seperti mengharuskan para konsumen untuk melakukan reservasi sebelumnya, mengantar konsumen menuju meja saat ingin *dine-in*, menarik kursi untuk konsumen (khususnya untuk tamu wanita), hingga membantu konsumen untuk mengenakan serbet, menuangkan air, dan lainnya.

Berbeda dengan restoran *fine dining*, restoran bertipe *fast food* merupakan salah satu tipe restoran yang paling populer dan lebih mudah untuk ditemukan. Restoran tipe ini memiliki layanan yang cepat, tempat cukup nyaman, dan harga yang sangat terjangkau. Makanan yang disajikan oleh restoran tipe ini biasanya merupakan jenis makanan beku yang tinggal dipanaskan dan juga menu yang ditawarkan oleh restoran jenis ini umumnya seragam dan tidak menerima permintaan tertentu dari konsumen selain dari menu yang sudah ada. Furnitur yang disediakan oleh restoran tipe ini juga lebih sederhana, contohnya seperti kursi dan meja makan yang bersifat standar.

Selanjutnya restoran dengan tipe *fast casual*. Restoran jenis ini merupakan gabungan antara restoran *fast food* dan *casual dining*. Kualitas makanan dan suasana tempat yang disediakan oleh restoran tipe ini lebih baik daripada restoran bertipe *fast food*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Simon (2006), segmen pasar restoran tipe *fast casual* berhasil menanggapi permintaan masyarakat Amerika untuk memberikan kualitas makanan cepat saji dalam lingkungan yang diinginkan namun dengan harga yang wajar.

Menurut Walker (2008) dalam penelitiannya mengatakan bahwa meskipun pelayanannya cepat, restoran *fast casual* tersebut juga menawarkan menu yang kaya akan makanan dan layanan berkualitas tinggi yang mencakup berbagai macam makanan segar dan sehat dengan harga yang terjangkau. Meski waktu penyajiannya sudah diatur agar dapat siap dengan waktu yang singkat, tamu akan tetap merasakan pengalaman yang berbeda saat memesan makanannya. Jadi pada intinya, Restoran *fast casual* ini menawarkan pengalaman penyajian makanan yang cepat dan berkualitas bagi mereka yang memiliki jadwal yang padat.

Indonesia memiliki aneka ragam kuliner yang cukup unik. Banyak restoran yang menghadirkan makanan lokal asli Indonesia seperti restoran Padang dan restoran Nasi Kapau Pak Ciman khas Sumatera Barat, serta juga restoran yang menghadirkan makanan dari mancanegara, seperti Sushi Tei (restoran Jepang), Goobne (restoran Korea), Bsteak (restoran *western*), dan Ta Wan (restoran Tiongkok). Meskipun restoran menghadirkan makanan yang beragam juga dengan cara pelayanan yang berbeda, restoran tetap berusaha untuk menyajikan makanan yang terbaik untuk para konsumennya sehingga menjadikan *food quality* sebagai faktor persaingan bagi para industri restoran. *Food quality* juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ha dan Jang (2010) *food quality* dinilai penting dalam memberikan pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Di Indonesia juga memiliki industri restoran dengan berbagai tipe seperti yang sudah dikemukakan oleh Jay *et al.* (2012 dalam situs www.studylib.net), yaitu *casual dining*, *fine dining*, *fast food*, dan *fast casual*. Contoh restoran-restoran di Indonesia berdasarkan tipenya diantaranya William's (*casual dining*), Amuz Gourment (*fine dining*), KFC (*fast food*), Yoshinoya (*fast casual*).

Meskipun *service quality* terbaik diberikan oleh restoran *fine dining*, restoran seperti William's, KFC, dan Yoshinoya tetap memberikan *service quality* yang baik. Oleh karena itu, *service quality* tetap menjadi salah satu faktor penting untuk menjadi penentu agar dapat menciptakan *customer satisfaction*.

Pada masa ini, banyak konsumen menginginkan layanan yang cepat tetapi tidak menginginkan makanan beku yang dipanaskan seperti yang disediakan oleh restoran *fast food*. Serta, orang-orang juga cenderung pergi ke restoran *fast casual* untuk mendapatkan makanan secepat mungkin sehingga mereka dapat melanjutkan kegiatan mereka tanpa harus menghabiskan banyak waktu mereka. Tilltson (2003) mengatakan bahwa restoran *fast casual* juga telah menjadi salah satu sektor yang paling berkembang di industri restoran. Di Indonesia, kategori ini dicontohkan oleh rantai besar seperti Platinum, Bakso Solo Samrat, dan sebagainya.

BMK cabang Mal Emporium Pluit dipilih untuk menjadi subjek dalam penelitian ini dikarenakan restoran ini merupakan restoran *fast casual* yang sedang ramai dalam pemberitaan belakangan ini. Restoran ini sendiri merupakan restoran yang menghadirkan makanan seperti baso malang, mie ayam, batagor, kopi, dan banyak makanan khas Indonesia lainnya. Restoran tersebut juga memiliki banyak cabang khususnya di mal-mal Jakarta seperti di Mal Ciputra, Mal Plaza Atrium, dan lainnya.

Menurut sumber yang didapatkan saat melakukan wawancara dengan manager Restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit. Restoran mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis dikarenakan dampak COVID-19, serta ditambah lagi dengan masalah yang terjadi pada bulan Maret tahun 2020 dimana terdapat kelalaian dari pihak restoran. Adapun kelalaian ini terjadi karena adanya konsumen *dine-in* yang memergoki salah satu karyawan BMK memiliki kebiasaan yang kurang sehat, dimana hal tersebut menjadi pemicu amarah konsumen restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit tersebut.

Meskipun tidak terdapat bukti yang akurat, kejadian ini cukup mencoretkan nama baik restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit sehingga menimbulkan *customer satisfaction* yang buruk dan berdampak pada penurunan penjualan yang cukup pesat. Adapun juga, seperti yang dilansir oleh situs (www.zomato.com) sebagian konsumen merasa tidak puas dengan cita rasa dan porsi makanan yang diberikan oleh BMK. Para konsumen merasa porsi yang disediakan kurang sepadan dengan harga yang diberikan oleh restoran.



Gambar 1.1 Surat Klarifikasi BMK Cabang Mal Emporium Pluit

Sumber: Instagram @gokanaresto

Semua industri restoran bersaing untuk mendapatkan konsumen dan *customer satisfaction*. *Customer satisfaction* diidentifikasi sebagai pembeda utama yang dapat mengarahkan pada persaingan. Mengacu pada jurnal utama *service quality*, *food quality*, *atmospheric*, *other customer*, dan *perceived price* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh McDougall dan Levesque (2000) *service quality* adalah salah satu tumpuan penting dalam persaingan di dunia bisnis restoran serta menjadi salah satu komponen pengukur yang penting bagi *customer satisfaction*.

Qin dan Prybutok (2009) juga menjelaskan bahwa *food quality* menjadi salah satu komponen pengukur yang penting untuk evaluasi konsumen terhadap sebuah restoran. Selain *service quality* dan *food quality*, Ha dan Jang (2010) menjelaskan bahwa banyak penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa ada faktor penting lainnya yang mempengaruhi *customer satisfaction*, yaitu *perceived price*, karena dengan adanya harga yang sepadan, restoran akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dan juga, menurut penelitian yang dilakukan oleh Russell dan Mehrabian (2012) *atmospheric* merupakan faktor positif dan negatif dalam menciptakan emosi kepada para konsumen pada industri restoran. Ha dan Jang (2012) juga mengatakan dalam industri restoran *atmospheric* dapat berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Ada pula, penelitian yang dilakukan oleh Kim dan Lee (2012 dalam Mannan *et al.* 2019) mengatakan *other customer* juga memiliki pengaruh terhadap *customer satisfaction*.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. *Service quality* yang diberikan oleh restoran di Jakarta berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.
- b. *Food quality* yang disediakan oleh restoran di Jakarta berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.
- c. *Perceived price* yang dirasakan konsumen pada restoran di Jakarta berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.
- d. *Atmospheric* pada restoran di Jakarta berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.
- e. *Other customer* pada restoran di Jakarta berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.

3. Batasan Masalah

Sehubungan dengan luasnya identifikasi masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki batasan penelitian sebagai berikut :

- a. Variabel independen yang diteliti *service quality*, *food quality*, dan *perceived price* karena mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Mannan *et al.* (2019) variabel independen tersebut memiliki signifikansi terhadap variabel dependen. Subjek penelitian merupakan restoran bersifat *fast casual* yang berada di dalam pusat perbelanjaan (mal). Variabel *atmospheric* dan *other customer* tidak digunakan dalam penelitian ini karena variabel *atmospheric* dan *other customer* biasa digunakan untuk meneliti restoran bersifat *fine dining* dan *casual dining*. *Customer satisfaction* digunakan sebagai variabel dependen.
- b. Responden pada penelitian ini hanya mencakup konsumen restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit.

4. Rumusan Masalah

Sesuai dengan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* konsumen restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit ?
- b. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* konsumen restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit ?
- c. Apakah *perceived price* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* konsumen restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit ?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit.

- b. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *perceived price* terhadap *customer satisfaction* pada restoran BMK cabang Mal Emporium Pluit.

2. Manfaat

a. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian secara khusus mengenai *service quality*, *food quality*, *perceived price*, terhadap *customer satisfaction*.

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk meningkatkan profitabilitas dalam industri restoran
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk para pengusaha restoran agar dapat meningkatkan *customer satisfaction*.
- 3) Dapat memberi pengetahuan agar para pengusaha mengetahui pengaruh *service quality*, *food quality*, *perceived price* terhadap *customer satisfaction*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dipesh, K., & Apil, P. (2018). *How Food quality, Price, Ambiance and Service quality Effects Customer satisfaction: A study on Nepalese Restaurants in Finland*. *Haaga helia university of applied sciences*, 1-38.
- Erevelles, S., & Leavitt, C. (1992). *A comparison of current models of consumer satisfaction/dissatisfaction*. *Journal of consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior*, 5(10), 104-114.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (1993). *How to design and evaluate research in education (Vol. 7)*. *New York: McGraw-Hill*, 1-19.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19 Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ha, J., & Jang, S. S. (2010). *Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment*. *International journal of hospitality management*, 29(3), 520-529.
- _____ & _____ (2012). *The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception*. *Journal of Services Marketing* 26 (3), 204-215.
- Jalilvand, M. R., Salimipour, S., Elyasi, M., & Mohammadi, M. (2017). *Factors influencing word of mouth behaviour in the restaurant industry*. *Marketing Intelligence & Planning* 35(1), 81-110.
- Jhandir, S. U. (2012). *Customer satisfaction, perceived service quality and mediating role of perceived value*. *International journal of marketing studies*, 4(1), 68-76.
- Jiang, J. J., & Klein, G. (2009). *Expectation-confirmation theory: Capitalizing on descriptive power*. In *Handbook of research on contemporary theoretical models in information systems*. *IGI Global*, 384-401.
- Joung, H. W., Choi, E. K., & Goh, B. K. (2015). *The impact of perceived service and food quality on behavioral intentions in continuing care retirement communities: a mediating effect of satisfaction*. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(3), 221-234.

- Kumar, S. A. N. J. E. E. V., & Bhatnagar, D. E. E. P. A. L. I. (2017). *Effect of Food and Service quality on Customer satisfaction a Study of 3 Star Hotels in Punjab Region. International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, 7(4), 35-48.
- Kwok, S. Y., Jusoh, A., & Khalifah, Z. (2016). *The influence of Service quality on Satisfaction: Does gender really matter?. Intangible capital*, 12(2), 444-461.
- Lamb, C. W., Hair, J. F. Jr., & McDaniel, C. (2011). *Marketing 11th edition*. United States: Cengage Learning.
- Luo, X., & Homburg, C. (2007). *Neglected outcomes of customer satisfaction. Journal of Marketing*, 71(2), 133-149.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research an applied orientation 6th ed. England: Pearson Educated Limited*.
- _____ (2015). *Essentials of marketing research: A hands-on orientation. Essex: Pearson*.
- Mannan, M., Chowdhury, N., Sarker, P., & Amir, R. (2019). *Modeling customer satisfaction and revisit intention in Bangladeshi dining restaurants. Journal of Modelling in Management* 14(4), 922-947.
- McDougall, G. H., & Levesque, T. (2000). *Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. Journal of services marketing* 14(5), 392-410.
- Oliver, R. L. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of marketing research*, 17(4), 460-469.
- _____, Rust, R. T., & Varki, S. (1997). *Customer delight: foundations, findings, and managerial insight. Journal of retailing*, 73(3), 311-336.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Qin, H., & Prybutok, V. R. (2009). *Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in fast-food restaurants. International Journal of Quality and Service Sciences* 1(1), 78-95.

- Ramanathan, R., Di, Y., & Ramanathan, U. (2016). *Moderating roles of customer characteristics on the link between service factors and satisfaction in a buffet restaurant. Benchmarking: An International Journal* 23(2), 469-486.
- Russell, J. A., & Mehrabian, A. (2012). *the Physical Environment. Experiencing the Environment*, 5.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). *The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. International journal of contemporary hospitality management*, 24(2), 200-223.
- Schiffman, L., Kanuk, L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer behavior 10th edition*.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business a skill building approach 4th ed. New York: John Wiley & Sons*.
- _____ & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach. John Wiley & Sons*.
- _____ & _____ (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat*.
- _____ & _____ (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat*.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). *Food quality attributes among Malaysia's fast food customer. International Business and Management*, 2(1), 198-208.
- Simon, L. (2006). *The Restaurant Dream?: An Inside Look at Restaurant Development, from Concept to Reality. Atlantic Publishing Company*.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D). Alfabeta*.
- _____ (2012). *Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca pembayaran: Konsep, Metodologi dan penerapan (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia*.
- Tillotson, J. E. (2003). *Fast-Casual Dining: Our Next Eating Passion?. Nutrition Today*, 38(3), 91-94.

Walker, J. R. (2007). *Study Guide to Accompany The Restaurant: From Concept to Operation, 5e*. John Wiley & Sons.

Yosep, C. (2016). *The Influence of Service quality on Customer satisfaction in Gran Puri Hotel Manado*. EFISIENSI, 16(1), 73-85.

<https://www.highstreet.co.id/id/artikel/mengenal-jenis-jenis-restoran-paling-populer-di-indonesia/> <https://www.instagram.com/gokanaresto/?hl=id>

<https://studylib.net/doc/8352188/fast-casual-restaurants--lessons-learnt-from-chipotle-and...>

<https://www.zomato.com/id/jakarta/baso-malang-karapitan-grogol/reviews>

