

SKRIPSI

***FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, AMBIENCE
QUALITY, DAN PRICE PERCEPTION SEBAGAI
PREDIKTOR TERHADAP CUSTOMER
SATISFACTION KONSUMEN RESTORAN SHABURI***



DIAJUKAN OLEH

NAMA: WILLIAM CUAWANTA

NPM: 115160088

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGA**

JAKARTA

2019

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : WILLIAM CUAWANTA
NO. MAHASISWA : 115160088
JURUSAN : S-1/ MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, AMBIENCE
QUALITY, DAN PRICE PERCEPTION* SEBAGAI
PREDIKTOR TERHADAP *CUSTOMER
SATISFACTION* KONSUMEN RESTORAN
SHABURI

Jakarta, Desember 2019

Pembimbing,



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

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : William Cuawanta
NIM : 115160088
Program Studi : Sarjana Manajemen

Judul Skripsi

*FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, AMBIENCE QUALITY, DAN PRICE PERCEPTION
SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION KONSUMEN
RESTORAN SHABURI*

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 15 Januari 2020 dan dinyatakan lulus,
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Keni, S.E., M.M.
2. Anggota : Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.
Dra. Rodhiah, M.M.

Jakarta, 20 Januari 2020

Pembimbing



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

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) WILLIAM CUAWANTA (115160088)
- (B) *FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, AMBIENCE QUALITY, DAN PRICE PERCEPTION* SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* KONSUMEN RESTORAN SHABURI
- (C) XV+ 85 hlm, 2019, tabel 30, gambar 5, lampiran 6
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) *Abstract: The services sector has proved to be the most growing sector compared to the manufacture. For the matter of fact, the services sector's contribution to the world's economics is around 70%. The restaurant business is a part of the services sector and is also a part of creative economic. At least until 2018, in Indonesia, food sector still provides the most contribution to the total creative economic contribution. The purpose of this research is to find if there are relationships between independent variables such as food quality, service quality, ambience quality, and price perception with customer satisfaction. Sample for this research was selected using convenience sampling. Moreover, in order to collect data, questionnaire was deployed to 130 Shaburi Emporium Pluit Mall customers. The findings of this research showed that food quality, service quality, ambience quality, and price perception have significant relationships with customer satisfaction.*
- (F) Abstrak: Sektor jasa merupakan sektor yang memiliki pertumbuhan paling pesat dibandingkan sektor manufaktur. Bahkan, sektor jasa sendiri memiliki peran terhadap 70% pangsa perekonomian dunia. Restoran merupakan salah satu jenis bisnis pada sektor jasa yang juga termasuk sebagai industri kreatif. Secara garis besar di Indonesia, industri kuliner masih merupakan penopang terbesar dari keseluruhan industri kreatif setidaknya hingga 2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *food quality, service quality, ambience quality, dan price perception* dapat berperan sebagai prediktor terhadap *customer satisfaction* konsumen restoran Shaburi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *convenience sampling*. Kuesioner disebar ke 130 responden yang merupakan konsumen restoran Shaburi Mal Emporium Pluit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *food quality, service quality, ambience quality, dan price*

perception memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*.

- (G) Kata kunci: *customer satisfaction, restaurant, buffet, services, quality*.
- (H) Daftar Acuan 41 (1973-2019)
- (I) Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.