

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGAN DI RESTORAN GEPREK
BENSU BOJONG CENGKARENG**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: VINCENT LIE

NIM: 115210412

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

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

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN GEPREK
BENSU BOJONG CENGKARENG**



DIAJUKAN OLEH:
NAMA: VINCENT LIE
NIM: 115210412

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

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

2024

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : VINCENT LIE

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210412

Program Studi : SI MANAJEMEN



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, 16 November 2024



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.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

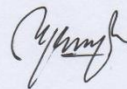
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : VINCENT LIE
NIM : 115210412
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN
GEPREK BENSU BOJONG CENGKARENG

Jakarta, 22 November 2024

Pembimbing,



(YENNY LEGO, S.E., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

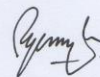
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : VINCENT LIE
NIM : 115210412
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN
GEPREK BENSU BOJONG CENGKARENG

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 11 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Joyce Angelique Turangan S.E., M.Pd.
2. Anggota Penguji : Arifin Djaksaputra S.E., S.KOM., M.Si.
Yenny Lego S.E., M.M.

Jakarta, 23 Desember 2024
Pembimbing,



(Yenny Lego S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) VINCENT LIE (115210412)
- (B) *THE EFFECT OF FOOD QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT GEPREK BENSU RESTAURANT BOJONG CENGKARENG*
- (C) XVII + 93 Pages, 29 Tables, 8 Pictures, 16 Attachment
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) *Abstract: The purpose of this study is to examine the influence of food quality and service quality on customer loyalty and customer satisfaction, as well as to analyze the role of customer satisfaction as a mediator between food quality and service quality with customer loyalty. The population of this study consists of 167 customers of Geprek Bensu Bojong Cengkareng. This study employs a non-probability sampling method with a purposive sampling technique, where data is collected through an online questionnaire distributed via Google Forms and then analyzed using the PLS-SEM method. The results of the study show that service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction and customer loyalty, while customer satisfaction also has a positive influence on customer loyalty. However, food quality does not influence customer satisfaction or customer loyalty, either directly or through the mediation of customer satisfaction.*
- (F) *Keyword: Food Quality, Service Quality, Customer loyalty, Customer satisfaction*
- (G) *References 38 (1980-2023)*
- (H) YENNY LEGO, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) VINCENT LIE (115210412)
- (B) PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN DI RESTORAN GEPREK BENSU BOJONG
CENGKARENG
- (C) XVII + 93 Halaman, 29 Tabel, 8 Gambar, 16 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas makanan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan, sekaligus menguji peran kepuasan pelanggan sebagai mediator antara kualitas makanan dan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan. Populasi penelitian terdiri atas 166 pelanggan Geprek Bensu Bojong Cengkareng. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online menggunakan *Google Forms* yang kemudian diolah menggunakan metode *PLS-SEM*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan, sementara kepuasan juga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas. Namun, kualitas makanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan pelanggan.
- (F) Kata Kunci: Kualitas Makanan, Kualitas layanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan
- (G) Daftar Acuan 38 acuan (1980-2023)
- (H) YENNY LEGO, S.E., M.M

HALAMAN MOTTO

CARPE DIEM

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk :

Saya sendiri,

Seluruh keluarga,

Seluruh rekan seperjuangan,

Seluruh pengajar dan pembimbing yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya, skripsi berjudul *“Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Restoran Geprek Bensu Bojong Cengkareng”* berhasil diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam bentuk bimbingan, semangat, saran, motivasi, dan doa, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih ini terutama ditujukan kepada:

1. Ibu Yenny Lego, S.E., M.M., yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, motivasi, serta pengarahan yang sangat bermanfaat dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh anggota keluarga dari penulis yang tidak berhenti memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan program studi dan skripsi di Universitas Tarumanagara.
5. Dan pihak-pihak lainnya yang penulis tidak dapat sebutkan satu-persatu dalam halaman ini. Terima kasih atas doa dan dukungan kalian semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak, demi peningkatan kualitas skripsi ini di masa mendatang. Sebagai penutup, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 2024

Penulis,

Vincent Lie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	5
3. Batasan Masalah	5
4. Rumusan Masalah.....	6
B. TUJUAN DAN MANFAAT	6
1. Tujuan	6
2. Manfaat	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8

A. GAMBARAN UMUM TEORI	8
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	11
1. Kualitas Makanan	11
2. Kualitas Layanan	12
3. Kepuasan Pelanggan	12
4. Loyalitas Pelanggan	13
C. KAITAN ANTAR VARIABEL	13
1. Kaitan antara Kualitas Makanan dengan Kepuasan Pelanggan	13
2. Kaitan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan	14
3. Kaitan antara Kualitas Makanan dengan Loyalitas Pelanggan	14
4. Kaitan antara Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan	14
5. Kaitan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	15
6. Kaitan antara Kualitas Makanan dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	15
7. Kaitan antara Kualitas layanan dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	15
D. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16
1. Kerangka Pemikiran	16
2. Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. DESAIN PENELITIAN	18
B. POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL	18
1. Populasi	18
2. Teknik Pemilihan Sampel	19
3. Ukuran Sampel	19

C.	OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN	19
1.	Loyalitas Pelanggan	20
2.	Kepuasan Pelanggan	21
3.	Kualitas Makanan	21
4.	Kualitas Layanan	22
D.	ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS	24
1.	Validitas	24
2.	Reliabilitas	28
E.	MODEL PENGUJIAN INDIKATOR FORMATIF	29
1.	Uji sign of weight	29
2.	Uji multikolinearitas	29
F.	ANALISIS DATA	30
1.	Koefisien Determinasi (R^2).....	30
2.	Effect Size (f^2)	30
3.	Predictive Relevance (Q^2).....	31
4.	Analisis Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	31
5.	Goodness of Fit (GoF)	31
6.	Uji Hipotesis	31
7.	Analisis Mediasi	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A.	Deskripsi Subjek Penelitian	34
1.	Jenis Kelamin.....	35
2.	Usia	36
3.	Pekerjaan.....	37
B.	Deskripsi Objek Penelitian	38

1. Kualitas Makanan	38
2. Kualitas Layanan	39
3. Kepuasan pelanggan	41
4. Loyalitas Pelanggan.....	42
C. Hasil Analisis Data	43
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	43
2. Effect Size (f^2)	44
3. Predictive Relevance (Q^2).....	44
4. Path coefficients.....	45
5. Goodness-of-Fit (GoF)	46
6. Pengujian Hipotesis	47
7. Pengujian Mediasi.....	49
8. Pembahasan	52
BAB V PENUTUP	57
A. KESIMPULAN.....	57
B. KETERBATASAN DAN SARAN	57
1. Keterbatasan.....	57
2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
DAFTAR LAMPIRAN.....	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91
TURNITIN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	20
Tabel 3. 2	21
Tabel 3. 3	21
Tabel 3. 4	22
Tabel 3. 5	24
Tabel 3. 6	25
Tabel 3. 7	26
Tabel 3. 8	26
Tabel 3. 9	27
Tabel 3. 10	28
Tabel 3. 11	29
Tabel 3. 12	30
Tabel 4. 1	38
Tabel 4. 2	40
Tabel 4. 3	42
Tabel 4. 4	42
Tabel 4. 5	43
Tabel 4. 6	44
Tabel 4. 7	44
Tabel 4. 8	45
Tabel 4. 9	46
Tabel 4. 10	47
Tabel 4. 11	47
Tabel 4. 12	48
Tabel 4. 13	48
Tabel 4. 14	49
Tabel 4. 15	49
Tabel 4. 16	50
Tabel 4. 17	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Geprek benu	2
Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan Tentang Kualitas Makanan	3
Gambar 1. 3 Keluhan Pelanggan Tentang Kualitas Layanan	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	17
Gambar 4. 1.....	35
Gambar 4. 2.....	36
Gambar 4. 3.....	37
Gambar 4. 4.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden	71
Lampiran 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Lampiran 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Lampiran 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
Lampiran 6. Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance</i>	85
Lampiran 7. Hasil Analisis <i>Loading Factor</i>	86
Lampiran 8. Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	87
Lampiran 9. Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait Ration</i> (HTMT)	87
Lampiran 10. Hasil Analisis Multikolinearitas	88
Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88
Lampiran 12. Hasil Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	88
Lampiran 13. Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	89
Lampiran 14. Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	89
Lampiran 15. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	89
Lampiran 16. Hasil Uji Mediasi	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang modern ini, Masyarakat sudah tidak asing lagi dengan istilah *fast food* atau makanan cepat saji, makanan cepat saji sudah menjadi hal yang biasa dan dapat dikatakan bahwa makanan cepat saji merupakan bagian penting yang tidak terpisahkan dari kehidupan sebagian masyarakat. Restoran cepat saji merupakan restoran yang menyajikan makanan dan minuman dalam waktu yang relatif singkat untuk pelanggan. Restoran cepat saji umumnya menghadirkan makanan berupa ayam goreng, kentang goreng, burger, pasta, pizza dan lainnya. Kemudian dengan industri kuliner yang selalu berkembang, masyarakat sekarang memiliki lebih banyak pilihan dalam memilih makanan cepat saji.

Salah satu makanan cepat saji yang sering dikonsumsi oleh Masyarakat adalah ayam goreng, yang merupakan makanan umum di restoran cepat saji, ketika konsumen menginginkan ayam goreng mereka memiliki ekspektasi bahwa kualitas ayam goreng yang didapatkan baik, seperti rasa yang tidak berubah, aroma yang tidak berubah, warna yang tidak berubah dalam jangka waktu yang cukup lama atau ketika tidak langsung dikonsumsi. Ayam goreng yang memiliki kualitas makanan yang baik akan membuat konsumen mempunyai niat untuk membeli kembali, jika ayam goreng yang dikonsumsi konsumen memberikan kualitas makanan yang tidak baik, akan memungkinkan konsumen untuk mencari produk dari kompetitornya.

Kualitas layanan juga tidak kalah penting. ketika konsumen mendapatkan kualitas layanan yang tidak baik, dapat membuat konsumen tidak ingin melakukan pembelian berulang, hal ini dikarenakan tidak hanya satu restoran saja yang menyediakan ayam goreng sehingga konsumen memiliki berbagai pilihan ketika membeli produk yang sama. Salah satu restoran cepat saji yang menawarkan ayam goreng sebagai produk utamanya adalah Geprek Bensu.

Geprek Benu didirikan pertama pada tanggal 17 April 2017 yang dimiliki oleh aktor Jordi Onsu sebagai pemilik dan direktur utama PT Onsu Pangan Perkasa (OPP) dan Ruben Onsu sebagai duta merek. Contoh makanan dari Geprek benu yang menjadi menu andalan dapat adalah sebagai berikut.



Gambar 1. 1
Produk Geprek benu

Diketahui bukan hanya Geprek Benu saja yang menjual produk seperti di atas, Geprek Benu perlu untuk meningkatkan dan juga mempertahankan pelanggan yang telah ada. Geprek Benu perlu memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk atau jasanya, dan juga cara bagaimana untuk memuaskan pelanggan dan menciptakan loyalitas. Hutomo (2011) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan dapat diperoleh jika suatu produk atau jasa yang diberikan memenuhi harapan pelanggan yang kemudian berujung kepada kepuasan pelanggan. Karki & Panthi. (2018) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipenuhi melalui kualitas layanan dan kualitas makanan. Sehingga dengan adanya kualitas makanan dan didukung oleh kualitas layanan yang sesuai harapan konsumen akan menimbulkan rasa kepuasan pelanggan yang dimana akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau loyalitas pelanggan.

Kualitas makanan merupakan elemen yang sangat penting karena ini mempengaruhi kepuasan dan juga niat pembelian konsumen. Namun masih adanya masalah di kualitas makanan Geprek Benu, yang membuat konsumen menyampaikan pendapat yang negatif. Nasi yang disajikan sudah tidak baik, memiliki tekstur yang basah, dan rasa yang tidak enak. Selain itu ayam yang dihidangkan seringkali dingin dan ada beberapa konsumen mengeluh ketika makanan dibawa pulang dan ingin dinikmati lagi sudah memiliki aroma yang tidak sedap, ayam yang tidak segar ,dan kering. Keluhan ini dapat dilihat dari gambar yang ada di bawah.



Gambar 1. 2
Keluhan Pelanggan Tentang Kualitas Makanan

Selain kualitas makanan, kualitas layanan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting. Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen. Jika terjadinya kualitas layanan yang kurang baik, maka akan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kurangnya kualitas layanan yang pernah

dikeluhkan oleh pelanggan Geprek Benu adalah kurangnya sikap pegawai seperti tidak menyapa pelanggan ketika masuk, tidak ada senyum saat melayani, dan kurangnya informasi yang memadai berkaitan dengan promo yang diberikan oleh Geprek Benu. Kemudian juga kurangnya fasilitas parkir untuk kendaraan roda empat, yang dimana Geprek Benu hanya menyediakan fasilitas parkir untuk kendaraan roda dua. Selain itu konsumen juga mengeluh tentang sikap pegawai yang sibuk sendiri sehingga mempengaruhi durasi kecepatan dalam penyajian yang membuat konsumen menunggu pesannya hingga 30 menit. hal tersebut membuat konsumen bingung mengingat bahwa Geprek Benu adalah restoran siap saji yang menyajikan makanan dan minuman dalam waktu yang relatif singkat.



Gambar 1. 3
Keluhan Pelanggan Tentang Kualitas Layanan

Geprek benu perlu memerhatikan kualitas makanan dan layanannya agar dapat menjaga citra merek dari produk dan jasa yang ditawarkan. Karena jika konsumen Geprek Benu memiliki pengalaman buruk tentang kualitas makanan dan jasanya, maka kepuasan pelanggan dari pelanggan dapat berkurang, dan juga memungkinkan untuk tidak terciptanya kepuasan pelanggan.

Hal lain yang pernah dikeluhkan oleh konsumen Geprek Benu adalah mengenai lokasi restoran yang sulit ditempuh ketika menggunakan kendaraan roda empat karena berada di lokasi gang yang tidak memiliki jalan yang luas, kemudian konsumen juga sering terjebak macet ketika ingin mengunjungi Geprek Benu Bojong Cengkareng karena jalan yang harus dilewati umumnya padat, terutama pada jam pulang kerja atau jam makan siang. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dapat memungkinkan terjadinya loyalitas pelanggan. Tetapi apabila lokasi tersebut sulit terjangkau akan dapat menurunkan terjadinya loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah. Permasalahan tersebut meliputi:

- a. Apakah kualitas makanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan ?
- b. Apakah kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan?
- c. Apakah kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan ?
- d. Apakah lokasi dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan ?

3. Batasan Masalah

Karena luasnya ruang lingkup penelitian dan keterbatasan waktu, perlu dilakukan pembatasan masalah. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini akan dibatasi pada:

- a. Variabel eksogen yang digunakan mencakup kualitas makanan dan kualitas layanan
- b. Kepuasan pelanggan digunakan sebagai variabel mediasi.
- c. Loyalitas pelanggan digunakan sebagai variabel endogen.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng ?
- b. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng ?
- c. Apakah kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng ?
- d. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng ?
- e. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng ?
- f. Apakah kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng ?
- g. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng ?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ditetapkan sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng.
- b. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng.

- c. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng.
- d. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng.
- e. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng.
- f. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng.
- g. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada restoran Geprek Benu Bojong Cengkareng.

2. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoretis

Temuan penelitian dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi studi-studi mendatang yang ingin mendalami hubungan antara kualitas makanan, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

b. Manfaat Praktis

Perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu bahan evaluasi untuk meningkatkan berbagai aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan agar dapat meningkatkan minat beli ulang pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- A. Al-Tit, A. (2015). The effect of service and food quality on customer satisfaction and hence customer retention. *Asian Social Science*, 11(23), 129-139. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n23p129>
- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Mohmad Sidek, M. H. (2017). Discriminant validity assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890, 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Andreas, C., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(5), 1-16.
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1), 171-177.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126. [DOI: 10.20476/jbb.v17i2.632](https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632)
- Barsky, J. D., & Labagh, R. (1992). A strategy for customer satisfaction. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33(5), 32-40. <https://doi.org/10.1177/001088049203300524>

- Bowen, J. T., & Chen, S. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 213-217.
<https://doi.org/10.1108/09596110110395893>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55.
<https://doi.org/10.2307/1252296>
- Darwin, M., Mamondol, N. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gerbang, A. A. (2021). *METODE PENELITIAN PENDEKATAN KUANTITATIF*. Media Sains Indonesia.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348-354.
- Garaikah, & Darmanah. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. CV. HIRA TECH.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
<https://doi.org/10.1108/eum0000000004784>

- Guido, G. (2015). Customer satisfaction. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1-8. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090287>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/eb-11-2018-0203>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hui, E. C., & Zheng, X. (2010). Measuring customer satisfaction of FM service in housing sector. *Facilities*, 28(5/6), 306-320. <https://doi.org/10.1108/02632771011031538>
- Hutomo, A. G. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Makanan Tela Krezz Cabang Bekasi. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 1-8.
- Karki, D., & Panthi, A. (2018). How Food Quality, Price, Ambiance and Service Quality Effects Customer Satisfaction: A study on Nepalese Restaurants in Finland. *Bachelor's Thesis Degree Program in Tourism And Hospitality Management*, 1-38.
- Lin, J. L., Ling, H. L., Liem, G. S., Batul, M. A., Binti Shamsudin, N. A., Binti Zainal Abidin, N. A., Bt. Mohd. Farid, N. A., Binti Mohd. Shuhaimi, N. A., Kurniawan, E., Dutta, D., & Hasani, B. K. (2023). Service quality on customer satisfaction and its impact on customer loyalty

at KFC in South and Southeast Asia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 6(3), 42-56.

<https://doi.org/10.32535/ijthap.v6i3.2593>

Nguyen, C., Nguyen, D., & Do, T. (2019). The determinants of customer satisfaction in fast food industry. *Humanities and Social Science Research*, 2(2), p1. <https://doi.org/10.30560/hssr.v2n2p1>

Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1849-1864. <https://doi.org/10.1108/imds-07-2015-0302>

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460. <https://doi.org/10.2307/3150499>

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33. <https://doi.org/10.2307/1252099>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Alternative scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70(3), 201-230. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90033-7](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90033-7)

Rahman, M., Hossain, I., Mitu, F., Mustafi, M., & Miah, M. (2017). An Examination of the Effects of Customer Expectation, Perceived Quality, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study on KFC Restaurant. *International Journal of Engineering and Applied Sciences (IJEAS)*, 4(2), 58-64.

- Ryu, K., Lee, H., & Gon Kim, W. (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. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan Dan loyalitas pelanggan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Santos, J. (2003). E-service quality: A model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(3), 233-246. <https://doi.org/10.1108/09604520310476490>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127-146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Routledge.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Shartykarini, S., Firdaus, R., & Rusniati. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Di Banjarbaru). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(1), 39-52.

- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk Dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Mie gacoan Di Bekasi Timur. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 692-708.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.
[https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90013-2)
- Vaclavik, V. A., & Christian, E. W. (2007). *Essentials of food science*. Springer Science & Business Media.
- Wetzels, Odekerken-Schröder, & Van Oppen. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177. <https://doi.org/10.2307/20650284>
- Yang, Y., Wei, L., & Pei, J. (2019). Application of Bayesian modelling to assess food quality & safety status and identify risky food in China market. *Food Control*, 100, 111-116. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2019.01.010>
- Zamani, N., Bahrom, N. A., Meor Fadzir, N. S., Mohd Ali @ Mohd Fauzy, N. S., Anuar, N. F., Rosman, S. A., Sivam, S., Muthutamilselvan, K., & Isai, K. I. (2020). A study on customer satisfaction towards ambiance, service and food quality in Kentucky Fried Chicken (KFC), Petaling Jaya. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(4), 84-96. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v5i4.390>