

**DINAMIKA *PERCEIVED VALUE* DAN DAMPAKNYA
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* : STUDI PADA
RESTORAN AYAM CEPAT SAJI**

ILHAN KURNIAWAN
1705621001



Proposal Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

**THE DYNAMICS OF PERCEIVED VALUE AND ITS IMPACT
ON CUSTOMER SATISFACTION: A STUDY ON FAST FOOD
CHICKEN RESTAURANTS**

ILHAN KURNIAWAN

1705621001



This thesis proposal is submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Bachelor of Management at the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta

**BACHELOR OF MANAGEMENT PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived quality*, *perceived price*, dan *perceived risk* terhadap *perceived value* serta *customer satisfaction* pada konsumen restoran ayam cepat saji Almaz. Almaz merupakan salah satu merek makanan cepat saji lokal yang mengalami pertumbuhan pesat, terutama di tengah meningkatnya sentimen penolakan terhadap restoran cepat saji asal Barat. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan preferensi konsumen terhadap produk lokal, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dan software AMOS versi 26. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 318 responden yang pernah mengonsumsi produk Almaz. Hasil analisis menunjukkan bahwa *perceived quality* dan *perceived price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*, sedangkan *perceived risk* berpengaruh negatif signifikan. Selanjutnya, *perceived price* dan *perceived value* terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. Namun, *perceived quality* dan *perceived risk* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan nilai yang dirasakan dan harga yang sesuai persepsi konsumen berperan penting dalam membangun kepuasan, sementara risiko yang dirasakan perlu diminimalkan agar tidak mengurangi persepsi positif terhadap merek.

Kata Kunci : *Perceived Quality, Perceived Risk, Perceived Price, Perceived Value, Customer Satisfaction*, Restoran Ayam Cepat Saji

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived quality, perceived price, and perceived risk on perceived value and customer satisfaction among consumers of Almaz, a local fast-food fried chicken restaurant. Almaz is one of the local fast-food brands experiencing rapid growth, particularly amid rising public sentiment against Western fast-food chains. This phenomenon indicates a shift in consumer preference toward local products, making it essential to understand the factors that influence their satisfaction. The study employs a quantitative approach using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS version 26 for data analysis. Data were collected through questionnaires distributed to 318 respondents who had purchased and consumed Almaz products. The results show that perceived quality and Perceived Price have a positive and significant effect on Perceived Value, while perceived risk has a significant negative effect. Furthermore, perceived price and perceived value have a significant positive impact on customer satisfaction. However, perceived quality and perceived risk do not have a significant influence on customer satisfaction. These findings highlight the importance of enhancing perceived value and aligning pricing with consumer expectations to improve satisfaction, while perceived risk should be minimized to maintain a positive brand perception.

Keywords: *Perceived Quality, Perceived Price, Perceived Risk, Perceived Value, Customer Satisfaction, Fast-Food Fried Chicken Restaurant*

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A NIP. 197201252002121002 (Ketua Sidang)		21/07 2025
2	Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si NIP. 197206171999031001 (Penguji I)		30/07 2025
3	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP. 199111022022032013 (Penguji II)		30/07 2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		30/07 2025
5	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 2)		30/07 2025
Nama : Ilhan Kurniawan No. Registrasi : 1705621001 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 22 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINALITAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Universitas Negeri Jakarta, SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta
13220 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik feb@unj.ac.id
Laman www.feb.unj.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ilhan Kurniawan
NIM : 1705621001
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis jelas dicantumkan sebagai acuan dalam nasikan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan kekeliruan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Juli 2025
Yang membuat pernyataan,

Ilhan Kurniawan
NIM. 1705621001

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ilhan Kurniawan
NIM : 1705621001
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Alamat email : ilhankurniawan06@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Dinamika *Perceived Value* dan Dampaknya Terhadap *Customer Satisfaction* : Studi Pada Restoran

Ayam Cepat Saji

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juli 2025

Penulis

(Ilhan Kurniawan)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “*DINAMIKA PERCEIVED VALUE DAN DAMPAKNYA TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION: STUDI PADA RESTORAN AYAM CEPAT SAJI.*”

Penyusunan skripsi ini merupakan perjalanan yang penuh dengan tantangan, pengorbanan, dan pembelajaran. Prosesnya tidak selalu mudah, namun setiap hambatan yang dihadapi telah menjadi bagian penting dari pengalaman akademik yang membentuk kedewasaan serta ketekunan penulis. Berkat doa, dukungan, dan bantuan dari banyak pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik.

Sebagai bentuk penghargaan dan rasa terima kasih yang tulus, penulis ingin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama masa studi.
2. Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, atas arahan dan motivasinya selama proses perkuliahan.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan banyak masukan berharga dalam penulisan skripsi ini.
4. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing II, atas dedikasi dan arahnya yang sangat membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.
5. Tim penguji: Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Ketua Penguji, Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si. selaku Penguji I, dan Nofriska

Krissanya, S.E., M.B.A. selaku Penguji II, atas kritik dan saran yang membangun.

6. Orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, menyemangati, dan memberikan dukungan tanpa henti sejak awal hingga akhir perjalanan studi ini.
7. Rekan-rekan seperjuangan dalam masa perkuliahan: Wildan Mohammad Rezky, M. Rafli Putra S., Rajwa Rajendra S., Julian Aldi, Ajeng H. Putri, Namira Putri R., dan Ade Rizki S., atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang dibagikan selama ini.
8. Organisasi TRACE dan GIBEI yang telah memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran di luar ruang kelas, yang memperkaya wawasan dan keterampilan penulis.
9. Seluruh dosen di Program Studi S1 Manajemen serta teman-teman Manajemen angkatan 2021 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi sumbangsih kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen.

Jakarta, 29 Juli 2025

Penulis

Ilhan Kurniawan

NIM. 1705621001

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoretis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung.....	15
2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3 <i>Perceived Value</i>	17
2.4 <i>Perceived Quality</i>	18
2.5 <i>Perceived Risk</i>	20
2.6 <i>Perceived Price</i>	21
2.7 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	23

2.7.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.7.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	25
2.7.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	26
2.7.4 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.7.5 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	29
2.7.6 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.7.7 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.8 Penelitian Relevan	32
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	36
3.2 Desain Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel	37
3.4 Pengembangan Instrumen	39
3.4.1 Variabel Penelitian	39
3.4.2 Definisi Konseptual	40
3.4.3 Operasional Variabel.....	42
3.4.4 Skala Pengukuran	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1 Analisis Deskriptif	45
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	46
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	47
3.6.4 Uji Hipotesis	47
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Data	49
4.1.1 Profil Responden.....	49
4.1.2 Analisis Deskriptif	54
4.2 Hasil Pengujian.....	58

4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
4.2.2 Uji <i>Goodness of Fit</i>	62
4.2.3 <i>Full Model</i>	68
4.2.4 <i>Fitted Model</i>	69
4.2.5 Uji Hipotesis	71
4.3 Pembahasan	72
4.3.1 Hubungan <i>Perceived Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	72
4.3.2 Hubungan <i>Perceived Quality</i> dan <i>Perceived Value</i>	72
4.3.3 Hubungan <i>Perceived Risk</i> dan <i>Perceived Value</i>	73
4.3.4 Hubungan <i>Perceived Risk</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	73
4.3.5 Hubungan <i>Perceived Price</i> dan <i>Perceived Value</i>	74
4.3.6 Hubungan <i>Perceived Price</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	74
4.3.7 Hubungan <i>Perceived Value</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	74
BAB V	76
PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Implikasi	78
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	78
5.2.2 Implikasi Praktis	79
5.3 Keterbatasan Penelitian	80
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Restoran Ayam Cepat Saji Lokal Indonesia	4
Tabel 2. 1 Penelitian Relevan	34
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Goodness of Fit	47
Tabel 4. 1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal	51
Tabel 4. 3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan	52
Tabel 4. 4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	53
Tabel 4. 5 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	53
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Penghasilan	54
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Perceived Quality.....	55
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Perceived Risk	55
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Perceived Price	56
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Perceived Value.....	57
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Customer Satisfaction	58
Tabel 4. 12 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perceived Quality	59
Tabel 4. 13 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perceived Risk.....	60
Tabel 4. 14 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perceived Price.....	61
Tabel 4. 15 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perceived Value	61
Tabel 4. 16 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Customer Satisfaction.....	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji First Order Construct Perceived Quality	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji First Order Construct Perceived Risk	64
Tabel 4. 19 Hasil Uji First Order Construct Perceived Price	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji First Order Construct Perceived Value	67
Tabel 4. 21 Hasil Uji First Order Construct Customer Satisfaction.....	68
Tabel 4. 22 Hasil Uji Full Model SEM AMOS	69
Tabel 4. 23 Hasil Uji Fitted Model SEM AMOS.....	70
Tabel 4. 24 Indikator Fitted Model.....	70
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan Volume Konsumsi Makanan Cepat Saji	3
Gambar 1. 2 Penurunan Pendapatan KFC 2023 - 2024	5
Gambar 2. 1 Kerangka Teori	23
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4. 2 First Order Construct Perceived Quality.....	63
Gambar 4. 3 First Order Construct Perceived Risk	64
Gambar 4. 4 Second Order Construct Perceived Price	65
Gambar 4. 5 First Order Construct Perceived Value.....	66
Gambar 4. 6 First Order Construct Customer Satisfaction	67
Gambar 4. 7 Full Model SEM AMOS.....	68
Gambar 4. 8 Fitted Model SEM AMOS.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Data Responden	96
Lampiran 3 Turnitin	102
Lampiran 4 Biodata.....	103

