

**PERAN ATRIBUT SERTA *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION*: STUDI PADA
BURGERBAR DI JAKARTA**

NI MADE AYU ANGELINE LEONILA PRATIWI

8215160861



Penelitian ini ditulis untuk memenuhi salah satu prasyarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

***THE ROLE OF ATTRIBUTES AND CUSTOMER SATISFACTION
OF BEHAVIORAL INTENTION: STUDY OF BURGERBAR IN
JAKARTA***

NI MADE AYU ANGELINE LEONILA PRATIWI

8215160861



This research was written to fulfil one of the prerequisites for obtaining a Bachelor of Management degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi, 2020; Peran Atribut Serta *Customer Satisfaction* Terhadap *Behavioral Intention*. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si & Shandy Aditya, BIB, MPBS

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *service quality*, *food quality*, *price*, serta *customer satisfaction* terhadap *behavioral intention*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 responden dengan kriteria berumur 17 tahun keatas, mengetahui dan pernah datang serta *dine in* minimal dua kali di Lawless Burgerbar Menteng. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25 dan AMOS versi 24 untuk mengelola dan menganalisis data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara *service quality*, *food quality*, dan *price* terhadap *customer satisfaction* serta terdapat pengaruh secara signifikan antara *service quality* dan *price* terhadap *behavioral intention*. Namun tidak ditemukan pengaruh secara signifikan pada *customer satisfaction* dan *food quality* terhadap *behavioral intention*.

Kata Kunci: *Service Quality, Food Quality, Price, Customer Satisfaction, Behavioral Intention*

ABSTRACT

Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi, 2020; The Role of Attributes and Customer Satisfaction Against Behavioral Intention. Thesis, Jakarta: Concentration in Marketing Management, S1 Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory Team: Dra. Basrah Saidani, M.Sc & Shandy Aditya, BIB, MPBS

The purpose of this study is to analyze the effect of service quality, food quality, price, and customer satisfaction on behavioral intention. Data collection method in this study is a survey method with an instrument in the form of a questionnaire. Samples used in this study were 200 respondents with criteria aged 17 years and over, known, had come and dine in at least twice at Lawless Burgerbar Menteng. Data analysis techniques used SPSS version 25 and AMOS version 24 to manage and analyze research data. The results showed that there was a significant influence between service quality, food quality, and price on customer satisfaction and there was a significant influence between service quality and price on behavioral intention. But no significant effect of customer satisfaction and food quality was found on behavioral intention.

Keywords: Service Quality, Food Quality, Price, Customer Satisfaction, Behavioral Intention






LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Santono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.</u> NIP. 197404162006041001 (Ketua)		<u>24/08/2020</u>
2	<u>Ika Febrilia, SE., M.M</u> NIP. 198702092015042001 (Sekretaris)		<u>24/08/2020</u>
3	<u>Usep Suhud, M.Si., P.hD</u> NIP. 197002122008121001 (Penguji Ahli)		<u>20/08/2020</u>
4	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 1)		<u>26/08/2020</u>
5	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		<u>24/08/2020</u>

Nama : Ni Made Ayu Angeline Leonila Pratiwi
No. Registrasi : 8215160861
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 13 Agustus 2020

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya merupakan karya 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 dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh. Serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2020



Ni Made A Angeline L P
No Reg. 8215160861

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
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 : NI MADE AYU ANGELINE LEONILA PRATIWI
NIM : 0215160061
Fakultas/Prodi : EKONOMI / S1 MANAJEMEN
Alamat email : angelina.pangerapan@yahoo.co.id

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 :

PERAN ATRIBUT SERTA CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP BEHAVIORAL

INTENTION : STUDI PADA BURGERBAR DI JAKARTA

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

Penulis

(NI MADE A. ANGELINE L.P.)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kasih, izin, dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berjudul **“Peran Atribut Serta *Customer Satisfaction* Terhadap *Behavioral Intention*: Studi Pada Burgerbar Di Jakarta”**.

Dalam penyelesaian skripsi ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang berperan dalam penyelesaian skripsi tersebut. Maka Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini
5. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan pengajaran serta arahan dalam studi yang Penulis tempuh serta Staf Program dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi Penulis serta pemberkasan.
6. Kedua orang tua tercinta, Almarhum I Putu Dedy Sunada yang ada di surga dan Mama Sugiharti, yang telah memberikan doa serta dukungan moril maupun finansial agar Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak ketinggalan pula kakakku tersayang I Gede Arya Danny Pratama yang sudah berbagi ilmu, membantu dan mendoakan Penulis.

7. Michael Tigor Yosua Sinaga yang mendukung, membantu dan berbagi ilmu serta cerita dalam proses penyusunan skripsi. Alviana Sari yang selalu memberikan semangat dikala menghadapi sidang.
8. Teman-teman seperjuangan Penulis yaitu Rosa, Fitri, Nanda, Ghina, Shania, Andaru, Dikko, Masao yang saling memotivasi dan berbagi informasi serta berbagi suka dan duka, memberikan dukungan moril untuk menyusun skripsi ini.
9. Teman-teman kelas Manajemen C angkatan 2016 yang sudah berjuang dan belajar bersama-sama, memberikan banyak pengalaman dan kenangan dengan Penulis dari awal semester hingga akhir semester serta memberikan dukungan kepada Penulis.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini agar lebih baik. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta peneliti lanjutan yang meneliti hal yang serupa. Penulisan skripsi menggunakan pedoman terbaru yang telah disebarakan oleh pihak Universitas Negeri Jakarta (Pedoman UNJ, 2020)

Jakarta, Agustus 2020
Ni Made A Angeline L P

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACK</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. PERTANYAAN PENELITIAN.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN.....	7
D. KEBARUAN PENELITIAN	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. LATAR BELAKANG TEORI.....	9
1. <i>Behavioral Intention</i> (Niat Perilaku)	9
2. <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	10
3. <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan).....	11
4. <i>Food Quality</i> (Kualitas Makanan).....	12
5. <i>Price</i> (Harga).....	13
B. KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS	14
1. <i>Service Quality dan Customer Satisfaction</i>	14
2. <i>Food Quality dan Customer Satisfaction</i>	16
3. <i>Price dan Customer Satisfaction</i>	17
4. <i>Customer Satisfaction dan Behavioral Intention</i>	18
5. <i>Service Quality dan Behavioral Intention</i>	19
6. <i>Food Quality and Behavioral Intention</i>	20
7. <i>Price dan Behavioral Intention</i>	20
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....	24

B. PENDEKATAN PENELITIAN	24
C. POPULASI DAN SAMPEL	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	25
D. PENYUSUNAN INSTRUMENTASI.....	26
1. Operasional Variabel	26
2. Skala Pengukuran.....	30
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	31
F. TEKNIK ANALISIS DATA.....	32
1. Analisis Deskriptif	32
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3. Uji Kesesuaian Model.....	33
4. Pengujian Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. DESKRIPSI DATA.....	38
B. HASIL ANALISIS DATA	41
1. Analisis Deskriptif	41
2. <i>Exploratory Factor Analysis</i>	50
3. Uji Reliabilitas.....	56
4. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	56
5. Pengujian Hipotesis	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. KESIMPULAN.....	71
B. SARAN	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	83
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fenomena Anstusias Masyarakat	3
Gambar 1.2 Penilaian Buruk Lawless Burgerbar	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Service Quality</i>	57
Gambar 4.2 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Food Quality</i>	58
Gambar 4.3 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Price</i>	59
Gambar 4.4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	60
Gambar 4.5 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Behavioral Intention</i>	61
Gambar 4.6 Hasil <i>Full Model</i>	62
Gambar 4.7 Hasil <i>Fit Model</i>	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kebaruan Penelitian	7
Tabel 2.1 Tabel Hipotesis	22
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	27
Tabel 3.2 Skala Ordinal.....	31
Tabel 3.3 Indeks Kelayakan Model.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahap Screening	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kota	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Status Pernikahan	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan dan Pendapatan Per Bulan	40
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	42
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Food Quality</i>	43
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Price</i>	45
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	47
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i>	48
Tabel 4.11 KMO dan <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Service Quality</i>	51
Tabel 4.12 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Service Quality</i>	51
Tabel 4.13 KMO dan <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Food Quality</i>	52
Tabel 4.14 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Service Quality</i>	52
Tabel 4.15 KMO dan <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Price</i>	53
Tabel 4.16 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Price</i>	53
Tabel 4.17 KMO dan <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	54
Tabel 4.18 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	54
Tabel 4.19 KMO dan <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Behavioral Intention</i>	55
Tabel 4.20 <i>Exploratory Factor Analysis</i> Variabel <i>Behavioral Intention</i>	55
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.22 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Service Quality</i>	57
Tabel 4.23 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Food Quality</i>	58
Tabel 4.24 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Price</i>	59
Tabel 4.25 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	60
Tabel 4.26 <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Behavioral Intention</i>	61
Tabel 4.27 Hasil <i>Full Model</i>	62
Tabel 4.28 Hasil <i>Fit Model</i>	63
Tabel 4.29 Perbandingan Hasil <i>Full Model</i> dan <i>Fit Model</i>	63
Tabel 4.30 Pernyataan Indikator dalam <i>Fit Model</i>	64
Tabel 4.31 Estimasi Parameter <i>Regression Weights Model</i>	65
Tabel 4.32 Hasil <i>Fitted Model</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Survei Peran Atribut Serta <i>Customer Satisfaction</i> Lawaless Burgerbar Menteng	83
Lampiran 2 <i>Output Explanatory Factor Analysis</i>	90
Lampiran 3 <i>Output Uji Reliabilitas</i>	95
Lampiran 4 <i>Output Goodness of Fit Indices</i>	96
Lampiran 5 Tampilan awal SPSS dan AMOS	103