

ABSTRAK

Alexander (02619200017)

ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY, PRICE, LOCATION AND ENVIRONMENT*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PELANGGAN BURGER KING DI SURABAYA SELAMA PANDEMI

(xvi+118 halaman: 18 gambar; 40 tabel; 5 lampiran)

Kebutuhan Masyarakat di Industri makanan mengalami penurunan dikarenakan pandemi covid-19. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi di kuartal II 2020 yang mengalami penurunan minus hingga 5,32 persen. Perusahaan restoran yang mengandalkan kebiasaan makan di tempat harus juga lebih memperhatikan untuk perkembangan online *delivery* agar restoran mampu bertahan, dengan pengembangan online baik pembuatan aplikasi restoran sendiri ini kiranya mampu menarik minat pembeli lebih lagi, pemanfaatan teknologi untuk mempermudah pembayaran dan pemesanan ini merupakan salah satu langkah restoran agar dapat bertahan dan berkembang.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa mengetahui bagaimana pengaruh *food quality, price, location and environment*, dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui variabel *customer satisfaction*. Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dibidang manajemen khususnya seberapa besar pengaruh dari *customer satisfaction* sehingga dapat meningkatkan *customer loyalty* dan memperbaiki kesalahan yang ada dan akhirnya hal ini akan dapat meningkatkan transaksi berkelanjutan dari pelanggan restoran Burger King di Surabaya. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 132 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita, berumur 18-60 tahun, berdomisili Surabaya, pernah membeli dan mengkonsumsi (*dine in/ ditempat*) Burger King di Surabaya sebanyak dua kali dalam dua tahun terakhir. Untuk pengolahan dan penganalisaan data pada penelitian ini menggunakan SPSS 22.0. Setelah itu untuk mentabulasi hasil penelitian responden, serta melakukan pengujian model penelitian dengan menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Model* (SEM) AMOS 22.0.

Hasil temuan empiris mengindikasikan bahwa hubungan *food quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.559 dan nilai C.R sebesar 2.145; *location and environment* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 1.004 dan nilai C.R sebesar 3.351; *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.441 dan nilai C.R sebesar 2.326; *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.604 dan nilai C.R sebesar 8.449; sedangkan *price* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.157 dan nilai C.R sebesar 1.703.

Kata kunci: *Food Quality, Price, Location and Environment, Service Quality, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty.*