

ABSTRAK

Saat memasuki pertengahan tahun 2020 di seluruh negara di dunia termasuk di Indonesia mengalami resesi ekonomi, atau biasa yang kita sebut dengan penurunan ekonomi, faktor yang sangat berpengaruh dengan resesi ekonomi yang terjadi saat ini adalah pandemi covid-19. Di Indonesia banyak industri yang goncang bahkan banyak yang tidak bisa bertahan, tetapi ada industri yang sampai saat ini masih bertahan walaupun industri ini banyak memangkas biaya, termasuk biaya produksi, dan gaji karyawan, salah satu industri yang bertahan di masa pandemic ini adalah Industri makanan dan minuman. Bisnis makanan di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar.

Pada 2015 saja, restoran yang hak waralabanya dipegang oleh *Fast food* Indonesia ini telah mendapatkan pemasukan sekitar Rp4,47 triliun. Dan Hingga semester I-2016, mereka mencatat kenaikan pendapatan 11 persen, dan pertumbuhan laba sebesar 55 persen ketimbang periode sama tahun 2015. Namun di tingkat global, McDonald's tampak bisa berbicara lebih banyak. Mereka menjadi restoran waralaba terbesar di dunia. Kini mereka punya sekitar 36 ribu gerai di seluruh dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, dan *Cost* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, metode yang digunakan pada penelitian ini akan mengacu pada referensi yang dapat melakukan proses analisis simultan yang terkait dengan model penelitian multivariabel yaitu Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan software AMOS 22.0. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 105 responden dengan karakteristik pria dan wanita yang berusia 17-60 tahun yang pernah membeli makanan restoran McDonald's Taman Pinang Sidoarjo, sebanyak minimal tiga kali dalam kurun waktu 1 tahun terakhir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Service Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,055; variabel *social enjoyment* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,024; variabel *cleanness* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,112; variabel *aesthetics* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,315; variabel *cost* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,513; dan variabel *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,918

Kata Kunci: *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, *Cost*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*.

ABSTRACT

When entering the middle of 2020, all countries in the world including Indonesia experienced an economic recession, or what we commonly call an economic downturn, a factor that is very influential with the economic recession that is currently happening is the covid-19 pandemic. In Indonesia, many industries are shaken and even many cannot survive, but there are industries that are still surviving even though this industry has cut costs, including production costs, and employee salaries, one of the industries that has survived during this pandemic is the food and beverage industry. Food business in Indonesia has a huge potential.

In 2015, the restaurant franchise rights established by Fast food Indonesia has gained installation around Rp4, 47 trillion. And until the first half of 2016, they recorded an increase in revenue of 11 percent, and profit growth of 55 percent growth in the same period in 2015. But on a global level, McDonald's seems to be able to talk more. They became the largest franchised restaurant in the world. Now they have about 36 thousand outlets around the world. This study aims to determine how the influence of service quality, social enjoyment, cleanliness, aesthetics, and cost on customer loyalty through customer satisfaction.

This study is a causal research. The research method used is a quantitative method, the method used in this study will refer to the reference that can perform simultaneous analysis process associated dengan multivariable research model that is Structural Equation Model (SEM) using AMOS 22.0 software. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 105 respondents with characteristics of men and women aged 17-60 years who had bought McDonald's restaurant Taman Pinang Sidoarjo, at least three times within the last 1 year.

The results of this study indicate that the variable Service Quality has no significant effect on Customer Loyalty with a regression coefficient of 0.055; social enjoyment variable has no significant positive effect on customer satisfaction with a regression coefficient of 0.024; cleanness variable has no significant positive effect on customer satisfaction with a regression coefficient of 0.112; aesthetics variable has no significant positive effect on customer satisfaction with a regression coefficient of 0.315; variable cost significant positive effect on customer satisfaction with a regression coefficient of 0.513; and variable customer satisfaction significant positive effect on customer loyalty with a regression coefficient of 0.918

Keywords: Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetics, Cost, Customersatisfaction, and Customer Loyalty.