

## DAFTAR ISI

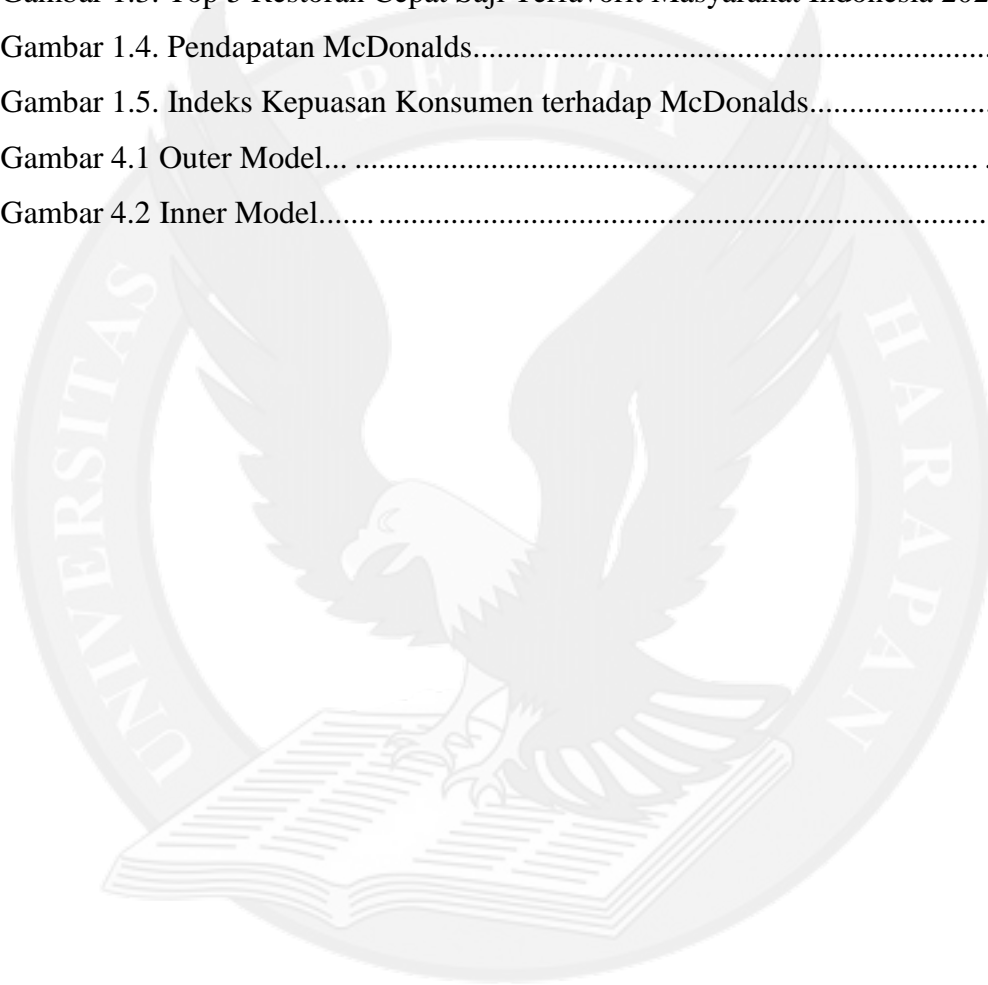
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Manfaat Penelitian .....	18
1.4.1. Manfaat Akademis .....	18
1.4.2. Manfaat Praktis .....	19
1.5. Sistematika Penulisan .....	19
<b>BAB II TINJAUAN LITERATUR</b> .....	<b>20</b>
2.1. Perceived Price.....	20
2.2. <i>Food Quality</i> .....	23
2.3. <i>Service Quality</i> .....	26
2.4. <i>Physical Environment Quality</i> .....	29
2.5. <i>Customer Satisfaction</i> .....	31
2.6. <i>Happiness</i> .....	34
2.7. <i>Customer Loyalty</i> .....	37
2.8. Pengembangan Hipotesis .....	40
2.8.1. Hubungan antara <i>Perceived price</i> dan <i>customer satisfaction</i> .....	40
2.8.2. Hubungan Antara <i>Food Quality</i> Dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	42

2.8.3. Hubungan Antara <i>Service Quality</i> Dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	43
2.8.4. Hubungan Antara <i>Physical Environment</i> Dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	44
2.8.5. Hubungan Antara <i>Perceived Price</i> Dan <i>Food quality</i> .....	46
2.8.6. Hubungan Antara <i>Perceived Price</i> Dan <i>Service Quality</i> .....	47
2.8.7. Hubungan Antara <i>Perceived Price</i> Dan <i>Physical Environment Quality</i> .....	48
2.8.8. Hubungan Antara <i>Customer Satisfaction</i> Dan <i>Customer Loyalty</i> .....	50
2.8.9. Hubungan Antara <i>Customer Satisfaction</i> Dan <i>Happiness</i> .....	51
2.8.10. Hubungan Antara <i>Happiness</i> Dan <i>Customer Loyalty</i> .....	53
2.9. Model Penelitian .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1 Objek Penelitian.....	56
3.2 Unit Analisis .....	56
3.3 Jenis Penelitian.....	57
3.4 Desain Penelitian .....	58
3.5 Pengukuran Variabel.....	59
3.6 Definisi konseptual dan Definisi Operational Variabel .....	61
3.7 Populasi dan Sampel .....	64
3.8 Pengukuran Skala.....	66
3.9 Uji Validitas Pretest .....	68
3.10 Uji Reabilitas Pretest.....	68
3.11. Hasil Uji Instrumen Pendahuluan .....	68
3.11.1. Hasil Reliabilitas Pre-test.....	68
3.11.2 Hasil Validitas <i>Pre-test</i> (Validitas Konstruksi) .....	69
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
4.1 Profil Responden.....	73
4.2. Deskripsi dari Konstruksi Penelitian .....	76
4.3. Analisa Data Penelitian.....	82
4.3.1 Outer Model .....	82

4.3.2. Uji Validitas .....	83
4.3.3. Hasil Uji Reliabilitas Actual Test .....	85
4.3.4. Inner Model.....	86
4.3.5. VIF .....	87
4.3.6. R-square .....	88
4.3.7 Uji Hipotesis .....	89
4.4. Pembahasan.....	92
4.4.1. Hubungan antara <i>Perceived price</i> dan <i>customer satisfaction</i> .....	92
4.4.2. Hubungan Antara <i>Food Quality</i> Dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	94
4.4.3. Hubungan Antara <i>Service Quality</i> Dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	95
4.4.4. Hubungan Antara <i>Physical Environment</i> Dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	97
4.4.5. Hubungan Antara <i>Perceived Price</i> Dan <i>Food quality</i> .....	99
4.4.6. Hubungan Antara <i>Perceived Price</i> Dan <i>Service Quality</i> . .....	100
4.4.7. Hubungan Antara <i>Perceived Price</i> Dan <i>Physical Environment Quality</i> .....	102
4.4.8. Hubungan Antara <i>Customer Satisfaction</i> Dan <i>Customer Loyalty</i> .....	104
4.4.9. Hubungan Antara <i>Customer Satisfaction</i> Dan <i>Happiness</i> .....	105
4.4.10. Hubungan Antara <i>Happiness</i> Dan <i>Customer Loyalty</i> .....	107
4.5. Perbandingan dengan penelitian sebelumnya .....	109
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>
5.1. Kesimpulan .....	111
5.2. Implikasi Hasil Penelitian .....	113
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	116
5.3. Saran. ....	116
5.3.1. Saran Akademis .....	117
5.3.2. Saran Praktis .....	<b>117</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>129</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. 10 Restoran Cepat Saji dengan Gerai Terbanyak di Dunia (2022)...	2
Gambar 1.2. Restoran Cepat Saji yang Memberikan Pelayanan Terbaik Menurut Warga Indonesia (Januari 2023).....	4
Gambar 1.3. Top 5 Restoran Cepat Saji Terfavorit Masyarakat Indonesia 2022..	5
Gambar 1.4. Pendapatan McDonalds.....	6
Gambar 1.5. Indeks Kepuasan Konsumen terhadap McDonalds.....	7
Gambar 4.1 Outer Model.....	83
Gambar 4.2 Inner Model.....	87



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share & Growth Fast Food Chain .....	7
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional & Konseptual .....	62
Tabel 3.2 Hasil Reliabilitas Pre-test.....	69
Tabel 3.3.Hasil Validitas Perceived Price.....	69
Tabel 3.4 Uji Validitas Food Quality .....	70
Tabel 3.5 Uji Validitas Service Quality .....	70
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Physical Environment Quality .....	71
Tabel 3.7 Uji Validitas Variabel Satisfaction .....	71
Tabel 3.8 Uji Validitas Variabel Loyalitas .....	71
Tabel 3.9 Uji Validitas Variabel Happiness.....	72
Tabel 4.1 Jumlah bersantap di McD selama 1 bulan .....	73
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan jenis kelamin .....	74
Tabel 4.3 Usia responden .....	74
Tabel 4.4.Domisili responden .....	75
Tabel 4.5 Deskripsi Konstruk Penelitian .....	76
Tabel 4.6 Nilai Rata – Rata Indikator Perceived Price .....	77
Tabel 4.7 Nilai Rata – Rata Indikator Food Quality .....	78
Tabel 4.8 Nilai Rata – Rata Indikator Service Quality .....	78
Tabel 4.9 Nilai Rata – Rata Indikator Physical Environment Quality .....	79
Tabel 4.10 Nilai Rata – Rata Indikator Satisfaction .....	80
Tabel 4.11 Nilai Rata – Rata Indikator Loyalitas .....	80
Tabel 4.12 Nilai Rata – Rata Indikator Happiness.....	81
Tabel 4.13 Cross Loading Test Result .....	83
Tabel 4.14. AVE Tabel .....	84
Tabel 4.15 Actual Test Discriminant Validity .....	85
Tabel 4.16 Hasil Reliabilitas Actual Test .....	86
Tabel 4.17 VIF Tabel .....	88
Tabel 4.18 R – Square .....	89
Tabel 4.19 Hasil Structural Model .....	90
Tabel 4.20 Perbandingan dengan Penelitian sebelumnya .....	109