

ABSTRAK

Restoran cepat saji merupakan salah satu jenis restoran yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Adanya pergeseran persepsi di masyarakat bahwa makan di restoran cepat saji lebih bergengsi dibandingkan dengan makan di rumah telah menjadi alasan yang paling umum mengapa restoran cepat saji banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Beberapa restoran cepat saji yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Surabaya adalah Carl's Jr., Burger King dan McDonald's.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa yang paling mempengaruhi retensi pelanggan terhadap restoran cepat saji di Surabaya dan untuk mengetahui restoran cepat saji yang memiliki retensi pelanggan paling tinggi. Faktor-faktor yang diasumsikan mempengaruhi retensi pelanggan pada penelitian ini adalah kualitas layanan (meliputi: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*), kualitas produk (makanan), kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan dari tiga restoran cepat saji yang beroperasi di Surabaya, yaitu Carl's Jr., Burger King dan McDonald's.

Peneliti menggunakan jenis penelitian survei dengan menggunakan data kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang sedang mengunjungi restoran cepat saji Carl's Jr., Burger King dan McDonald's dengan sampel sebanyak 150 orang yang ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui bagaimana pengambilan keputusan pelanggan terkait retensi pelanggan pada restoran cepat saji di Kota Surabaya. Oleh karena itu, metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Hasil analisis penelitian ini telah menemukan bahwa *tangible* (bukti fisik) menjadi faktor yang paling mempengaruhi retensi pelanggan terhadap restoran cepat saji di Surabaya, dan pelanggan Burger King memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih superior dibandingkan retensi pelanggan dari Carl's dan McDonald's. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka rekomendasi utama yang dilakukan oleh manajemen restoran cepat saji Burger King, Carl's Jr. dan McDonald's adalah untuk meningkatkan kualitas layanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*), kualitas produk (makanan), dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan retensi pelanggan restoran cepat saji di Surabaya.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan*

ABSTRACT

Fast food restaurants are one of the most popular types of restaurants in Indonesian society. The shift in perception of the community that eating at fast food restaurants is more prestigious than eating at home has become the most common reason why fast food restaurants are more preferred by Indonesians. Some fast food restaurants visited by many people in Surabaya are including Carl's Jr., Burger King and McDonald's.

This research was conducted to determine the most influencing factors on customer retention of fast food restaurants in Surabaya and to determine which fast food restaurants that have the highest customer retention. Factors that are assumed to influence customer retention in this study are service quality (including: tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy), product quality (food), customer satisfaction and customer retention of three fast food restaurants operating in Surabaya: Carl's Jr., Burger King and McDonald's.

Researchers use a survey research using a quantitative data for analysis. The population in this study is the citizen of Surabaya who are visiting fast food restaurants including Carl's Jr., Burger King and McDonald's with a sample size of 150 people which determined based on purposive sampling techniques. This research was conducted in order to find out how customer decision making related to customer retention in fast food restaurants in Surabaya. Therefore, the data analysis method used in this study is the Analytical Hierarchy Process (AHP).

The results of the analysis of this study have found that tangible (physical evidence) is the most influential factor on customer retention of fast food restaurants in Surabaya, and Burger King customers have the highest customer retention rates than the customer retention from Carl's Jr., and McDonald's. Based on the results of this study, the main recommendations given to the management of the fast food restaurant, especially Burger King, Carl's Jr. and McDonald's is to improve service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy), product quality (food), and customer satisfaction in order to increase the customer retention rate of fast food restaurants in Surabaya.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Retention*