

ABSTRAK

Makhluk hidup selalu memiliki kebutuhan yang sangat banyak, salah satunya dalam hal sandang dan pangan. Sandang pangan adalah kebutuhan primer pada setiap manusia, dengan sesuai berkembangnya jaman penyediaan jenis pangan semakin bervariasi dan salah satu penyedia kebutuhan jenis pangan yaitu restoran. Restoran Carnivor *Steak & Grill* perlu selalu berusaha bagaimana untuk terus meningkatkan *Quality of Food, Quality of Service, Price, Place, Image* terhadap *Behavioral Intention*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui & menganalisa pengaruh *Quality of Food* terhadap *Behavioral Intention, Quality of Service* terhadap *Behavioral Intention, Price* terhadap *Behavioral Intention, Place* produk terhadap *Behavioral Intention, Image* terhadap *Behavioral Intention* pada restoran Carnivor *Steak & Grill* di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Structural Equation Model (SEM) dan software AMOS 20.0. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 105 responden, dengan karakteristik bahwa responden adalah pelanggan dari restoran Carnivor *Steak & Grill* berusia 18 - >60 tahun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Quality of Food* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* mempunyai koefisien regresi sebesar 0.46, variabel *Quality of Service* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* mempunyai koefisien regresi sebesar 0.40, variabel *Image* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* mempunyai koefisien regresi sebesar 0.21, antara variabel *Place* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* mempunyai koefisien regresi sebesar 0.20, variabel *Price* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* mempunyai koefisien regresi sebesar 0.26.

KEYWORDS : *Quality of Food, Quality of Service, Price, Place, Image dan Behavioral Intention, Restoran Carnivor Steak & Grill*