

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Makan adalah kebutuh primer bagi seluruh makhluk hidup. Tujuan makan juga bukan hanya untuk kenyang, tetapi memenuhi kebutuhan tubuh agar tetap sehat. Karena umumnya untuk tetap sehat, kita harus bisa memenuhi nutrisi yang diperlukan tubuh sehingga badan lebih berenergi dan bisa berfikir positif. Karena makanan adalah kebutuhan sehari-hari bagi setiap manusia, maka manusia saat ini sangat mengembangkan dan berinovasi dalam memproses makanan sehingga saat ini tentunya banyak sekali variant makanan dan tentunya sangat beragam di berbagai daerah, negara pastinya semua memiliki ciri dan keunikan masing-masing dalam mengelola makanan dan memasarkannya.

Saat ini, dunia industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan salah satu sektor jenis usaha yang selalu berkembang dan mengalami pertumbuhan. Dengan perkembangan zaman dan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, kebutuhan beragam terhadap makanan dan minuman pun selalu meningkat juga. Seiring dengan memulihnya perekonomian setelah masa pandemi.

Menurut Kementerian Perindustrian RI di tahun 2022 tercatat terjadinya kenaikan pada industri makanan dan minuman berupa restoran dan rumah makan sebesar 2,95% (CNBC Indonesia). Industri makanan dan minuman juga selalu bisa berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan jaman mengikuti trend dan kegemaran konsumen sehingga saat ini pemilik industry makanan dan minuman saat ini semakin berinovasi dengan selalu memperhatikan kualitas makanan dengan memberikan harga dan kualitas yang terbaik sehingga bisa bertahan di bisnis industri makanan dan minuman. Dengan meningkatnya industri makanan dan minuman, maka sektor lain seperti pertanian, perikanan, dan industri dunia kreatif lainnya selalu berkembang juga dan mendapatkan banyak dampak- dampak positif juga karena saling mempengaruhi satu sama lain. Hal ini dinilai sangat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan

perekonomian di sektor lain. Misalnya restoran dan kafe yang sering kali menggunakan bahan baku dari perkebunan dan pertanian lokal serta menggunakan bahan baku lokal lainnya.

Dalam usaha industri makanan dan minuman ada baiknya jika di dukung dengan memberikan pelayanan, kualitas, kenyamanan, suasana dan harga yang terbaik sehingga pembeli dapat memiliki kepuasan dan bisa menciptakan kesetiaan dalam merk tersebut. Disinilah alasan mengapa para pemilik bisnis kuliner sangat perlu lebih perhatian dan memaksimalkan faktor pendukung lainnya dalam industri makanan dan minuman mengingat tingginya tingkat persaingan yang harus di hadapi ketika berada di sektor industri ini.

Gaya hidup dan kesibukkan yang dimiliki setiap orang saat ini membuat mereka melakukan aktivitas di luar rumah dan tidak sedikit yang hampir tidak memiliki waktu untuk memasak bahkan tidak memasak. Hal ini menyebabkan makan di luar seperti di restoran adalah solusi cepat dan mudah untuk memenuhi kebutuhan makan harian masing masing individu. Selain itu restoran juga memfasilitasi orang untuk melakukan kegiatan makan siang dan juga tidak sedikit yang saat ini menjadikan restoran sebagai tempat untuk melakukan meeting di luar kantor. Sehingga pada saat ini para pengusaha bisnis di bidang makanan dan minuman tidak hanya menyediaka makanan yang enak, tetapi juga menjadikan restaurant atau café tersebut sebagai tempat makan yang enak, nyaman, dan juga harga yang terjangkau. Dalam sektor bisnis di industri makanan dan minuman, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor pendukung dan mempengaruhi lamanya berjalan bisnis tersebut berjalan.

Saat ini persaingan dunia industri makanan dan minuman sangat bersaing ketat. Mulai dari menawarkan produk yang unik, interior yang menarik, menawarkan berbagai macam service di restorannya karena memberikan keunikan tersendiri bagi restoran yang di miliki. Dengan memberikan sesuatu yang berbeda di restorannya, pelanggan menjadi tertarik untuk datang ke restoran tersebut dan mencobanya. Dengan memiliki hal yang berbeda di suatu restoran dan kafe juga menjadi nilai tambah bagi suatu restoran atau kafe tersebut.

Dengan mulai berkembangnya industri makanan dan minuman, di Kota Surabaya sendiri juga banyak pelaku usaha yang bergerak di industri makanan dan minuman. Di Kota Surabaya, bisnis makanan dan minuman yang ada menjadi salah satu PDB (Produk Domestik Bruto) diperbandingkan dengan macam-macam bisnis lainnya yang ada pada saat ini. Direktur Jendral IKM Kemperin Gati Wibawaningsih menyatakan IKM (Industri Kecil dan Menengah) pada industri makanan dan minuman telah menyumbang kurang lebih 40% PDB pada sektor IKM secara keseluruhannya. Para pelaku usaha makanan dan minuman yang di ketahui menyumbang dalam pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur dan juga beberapa pengembangan dari usaha kuliner yang sudah ada yang tergolong Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memperlihatkan bahwasannya UMKM menjadi salah satu penopang ekonomi yang cukup kuat di Jawa Timur. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur ikut turut turun dalam menggerakkan pemberdayaan dan mendorong UMKM di bidang kuliner dan industri makanan minuman lainnya agar bisa menjadi salah satu sektor usaha yang berdaya.

Salah satu bisnis kuliner yang bergerak di industri makanan dan minuman yang terletak di Kota Surabaya adalah Bon Ami. Bon Ami sudah ada di Kota Surabaya sejak tahu 1989 yang berada di sektor industri makanan dan minuman. Bon Ami merupakan kata yang di ambih dalam bahasa Perancis yang memiliki arti sahabat, sehingga Bon Ami menyebut para pelanggannya dengan kata Sahabat sesuai dengan arti yang di miliki oleh restoran tersebut. Bon Ami sendiri tumbuh bertahap di Kota Surabaya dengan menyajikan berbagai jenis pilihan makananan. Pilihan makanan yang di sajikan oleh Bon Ami juga di nilai cukup menarik karena menampilkan persembahan hidangan khas resep autentik milik keluarga yang sudah ada sejak dulu. Pilihan hidangan pembuka, makan malam, roti, kue kering dan masih banyak lagi yang special terus selalu berinovasi bergulir menjamin pengalaman baru di setiap kali datang mengunjungi Bon Ami.

Tren makanan yang sudah ada saat ini pun tentunya memberikan imbas kepada restoran Bon Ami. kenyataan ini diperkuat oleh data yang menunjukkan peningkatan jumlah di Bon Ami sehingga Bon Ami sendiri saat ini sudah

memiliki 10 Cabang di Kota Surabaya. Bon ami berkomitmen untuk terus bisa menyajikan cita rasa otentik yang disukai oleh lintas generasi yang bisa membawa pelanggannya ke momen penuh kehangatan bersama orang terkasih. Menurut Pimonsompong, Pelayanan makanan dan minuman dapat mempengaruhi pelanggan baik secara mental maupun secara fisik dengan memberikan mereka kebahagiaan dan kepuasan selama mengkonsumsinya (Nur & Zulkifli, 2019).



Gambar 1. 1 Logo Bon Ami  
Sumber: [www.Bonami.co.id](http://www.Bonami.co.id)

Bon Ami tidak hanya menawarkan aneka menu seperti makanan berat, tetapi Bon Ami juga memiliki bakery sendiri. Roti- roti dan aneka macam gorengan khas Indonesia seperti risol, tahu isi, lumpia dan berbagai macam menu lainnya. Menurut Lego et al. (2002), autentik atau bisa kita sebut keaslian yang dimiliki suatu restoran merupakan suatu aspek yang penting untuk dimiliki oleh dari suatu restoran karena autentik mengacu kepada makanan dan minuman yang dimiliki apa memiliki nilai autentik dari suatu budaya dan etnis tertentu.

Restoran Bon Ami menghadapi persaingan yang ketat di industri makanan dan minuman di Surabaya, di mana banyak restoran lain menawarkan berbagai pengalaman kuliner yang unik dan inovatif. Dengan peningkatan jumlah restoran, baik lokal maupun internasional, Bon Ami harus fokus pada keunggulan kompetitif seperti kualitas makanan, pelayanan yang ramah, dan suasana yang nyaman untuk menarik pelanggan. Selain itu, faktor harga yang kompetitif dan keaslian menu juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen yang semakin selektif. Untuk tetap relevan di pasar yang dinamis ini, Bon Ami perlu terus beradaptasi dengan tren kuliner, mendengarkan umpan balik pelanggan, dan meningkatkan strategi pemasaran agar tetap menarik bagi segmen pasar yang beragam. Maka dari itu pentingnya meneliti Behavioral intention agar dapat mengetahui niat perilaku yang

menjadi kebiasaan dalam mengonsumsi makanan dan minuman diluar bagi masyarakat Surabaya.



Gambar 1. 2 Restoran Bon Ami Simpang Darmo  
Sumber: [https://www.tripadvisor.co.id/Bon\\_Ami\\_Surabaya](https://www.tripadvisor.co.id/Bon_Ami_Surabaya)

Menurut gambar 1.2, Bon Ami sudah memiliki nilai keautentikan pada restorannya. Nilai autentik tidak hanya pada makanan yang disajikan tetapi juga memiliki nilai tambah sendiri dari bangunan dan desain interior yang dimiliki oleh Bon Ami. Interiro yang dimiliki Bon Ami juga memiliki ciri khas dengan mempunyai maskot yang menonjol sehingga orang pun bisa mudah mengingat brand Bon Ami. Selain itu desain bangunan yang dimiliki salah satu cabang dari restoran Bon Ami di Simpang Darmo juga memiliki ciri khas yang dimana logo besar terdapat di bagian luar bangunannya.

Adapun didapati pengertian dari Food Quality menurut (Siswandi & Marchyta, 2022) merupakan faktor kualitas yang dinilai menjadi karakteristik dari makanan yang dijual sehingga pada saat dijual makanan tersebut dapat diterima oleh konsumen. Kualitas makanan yang nantinya menjadi karakteristik dari restoran nantinya akan menentukan restoran tersebut cukup baik atau tidak dalam menyajikan makanannya. Kualitas pada makanan sendiri mencakupi berbagai

macam hal seperti presentasi dari makanan yang disajikan, Suhu makanan pada saat penyajian, lalu juga ada kualitas bahan yang disajikan apakah segar dan yang terakhir apakah makanan tersebut dapat cocok di lidah konsumen. Hal ini sesuai dengan Restoran Bon Ami yang menyajikan makanan dengan suhu yang pas dan kualitas yang terbaik setiap harinya.



*Gambar 1. 3 Display Penyimpanan Kue di bon Ami*

Sumber: <https://pergikuliner.com/restaurants/surabaya/bon-ami-bakery-sukolilo>

Service Quality menurut (Chun & Nyam-Ochir, 2020) merupakan bentuk upaya dalam memberi pelayanan untuk memuaskan pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan dan membangun loyalitas terhadap pelanggan. Bon Ami juga memiliki Service Quality yang baik karena para staff yang bertugas sangat membantu konsumen dalam memilih menu. Staff yang berada di Bon Ami sendiri memiliki wawasan yang luas mencakup semua menu yang dijual di Bon Ami. Selain memiliki staff yang berpengalaman mengenai produk yang dijual, Staff yang berada di Bon Ami juga harus menjalankan SOP yang berlaku pada restoran tersebut sehingga dapat melayani sesuai dengan Visi dan Misi yang dimiliki oleh Bon Ami.

#### OUR STORY

We believe the best moments in life happen over a shared meal with family, friends or colleagues. Bon Ami Restaurant is here to help. Whether at home, or at one of our iconic restaurants there is always a good reason to enjoy Indonesia's rich culinary culture by tasting our delicious home-cooking style meals. With our wide range of dishes from our kitchen to try from, there is always a reason to come back for more.

A celebration of history, Bon Ami Restaurant has had the honour to serve our guests from 1993, from humble beginnings to now each of our restaurants thoughtfully designed to feel comfortable and an icon. Strategically located in the heart of the city, Bon Ami Restaurant is the ideal venue for business meetings, family dinners, and having a meal with friends. With a specially crafted junior and culinary kid's menu, eating out with little ones is an enjoyable and stress-free event. We look forward to welcoming you soon!

*Gambar 1. 4 Cerita Bon Ami*

Quality of Environment menurut (Rai et al., 2023) dapat diartikan sebagai suatu faktor yang dapat mendukung kenyamanan yang dimiliki oleh sebuah tempat. Hal ini membuktikan bahwa Bon Ami sendiri memiliki Quality of Environment yang baik karena suasananya yang nyaman. Hal ini dapat dibuktikan dari gambar 1.4 dimana Bon Ami memberikan promosi melalui akun instagramnya kepada pelanggan yang ingin merayakan ulang tahun di Restoran Bon Ami.



Gambar 1. 5 Promosi Merayakan Ulang Tahun di Bon Ami

Sumber: [www.instagram.com/bonamiresto](http://www.instagram.com/bonamiresto)

Bon Ami juga memiliki menu yang cukup variatif dan menarik. Menu yang dimiliki oleh Bon Ami juga cukup lengkap dibandingkan oleh restoran lainnya. Mulai dari salad, menu makanan pembuka hingga aneka macam hidangan penutup tempo dulu dengan resep autentik khas dari Bon Ami. Uniknya, menu yang ditawarkan di restoran Bon Ami sendiri tidak hanya makanan lokal khas Indonesia melainkan juga menawarkan makanan yang berasal dari luar seperti steak, salad, dan pasta. Dengan menu yang beraneka ragam Bon Ami tentunya menarik perhatian bagi segala kalangan yang memiliki beraneka macam selera bisa menikmati makanan sesuai selernya dalam satu restoran.



Gambar 1. 6 Menu Bon Ami  
Sumber: [www.Bonami.co.id](http://www.Bonami.co.id)

Price Fairness menurut (Chun & Nyam-Ochir, 2020) merupakan memberi harga produk yang masuk akal sesuai dengan kualitas dan kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan. Dibuktikan dengan ulasan yang didapati melalui internet, Harga produk yang dijual di Bon Ami sendiri dinilai para pelanggan cukup terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh Bon Ami sendiri. Sehingga didapati dari ulasan di internet tersebut Bon Ami memiliki Price Fairness yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Sehingga didapati dari ulasan di internet tersebut Bon Ami memiliki Price Fairness yang sesuai dengan harapan para pelanggan.



Gambar 1. 7 Ulasan Bon Ami  
Sumber: [www.google.com/bon+ami+simpang+darmo](https://www.google.com/bon+ami+simpang+darmo)

Authenticity menurut (Jongman-Sereno & Leary, 2019) konsep yang dimiliki secara personal terhadap suatu produk sehingga menjadi keunikan produk tersebut. Dapat dilihat di gambar 1.7 Restoran Bon Ami sendiri memiliki keunikan yang cukup konseptual yang menggabungkan makanan Indonesia dengan menaruh display makanan tersebut di gerobak yang dimana cukup unik dan menarik pelanggan untuk mencoba akanannya sehingga menjadi nilai tambah dari produk Bon Ami. Gerobak yang digunakan juga bisa menjadi display untuk Bon Ami menyajikan makanan jika di undang menjadi salah satu catering untuk acara di luar restoran sehingga dengan keunikannya, siapapun yang melihat gerobak tersebut akan langsung tau dari restoran mana itu berasal karena keautentikan yang dimiliki.



*Gambar 1. 8 Gerobak Bon Ami*

*Sumber: [www.instagram.com/bonamiresto](http://www.instagram.com/bonamiresto)*

Menurut (Rochmatulaili, 2020) Satisfaction pengukur yang menunjukkan sejauh mana tingkat dari kepuasan pelanggan. Hal ini berkaitan juga dengan Behavioral Intention menurut (Ahir et al., 2024) yang merupakan tindakan yang diambil oleh pelanggan untuk melakukan pembelian Kembali secara terus menerus. Dengan mendapatkan makanan yang memiliki kualitas terbaik, pelayanan yang baik serta harga yang masuk akal, maka pelanggan yang datang ke Restoran Bon Ami Simpang Darmo akan mendapatkan kepuasan sehingga akan Kembali lagi untuk datang ke Restoran Bon Ami Simpang Darmo di kemudian hari. Dapat dilihat

pada Gambar 1.9 Bon Ami berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya.



Gambar 1. 9 Bukti bahwa Bon Ami berusaha memberikan kepuasan

Sumber: [www.instagram.com/Bonamiresto](http://www.instagram.com/Bonamiresto)

Menurut (W.Muhardi, 2021) Behavioral intention merupakan niat perilaku adalah kecenderungan konsumen untuk kembali membeli jasa / servis dengan pemasaran dari mulut ke mulut dan juga perilaku konsumen yang loyal dan mau merekomendasi karena mereka merasa mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan. Dapat dilihat pada Gambar 1.9 Bon Ami berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya.

Maka dari itu di perlukan suatu penelitian agar dapat diketahui apa saja yang di inginkan oleh pelanggan dan mengetahui harapan apa saja yang diharapkan oleh pelanggan di Bon Ami, Supaya para pelanggan bisa tetap puas di Bon Ami. Untuk itu, dilakukan sebuah penelitian mengenai *Food Quality*, *Service Quality*, *Quality of Environment*, *Price Fairness*, dan *Authenticity* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami Simpang Darmo di Surabaya.

## 1.2 Batasan Masalah

Dalam penelitian yang dilakukan, diperlukan Batasan yang jelas tentang masalah yang perlu di bahas supaya dalam pembahasan masalah, apa yang perlu di jelaskan tidak terlalu luas dan kompleks. Adapun Batasan masalah yang terdapat di penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini meliputi *Food Quality, Service Quality, Quality of Environment, Price Fairness, dan Authenticity* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami Simpang Darmo di Surabaya
2. Pengujian yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan metode pengisian kuisisioner yang akan di bagikan ke pelanggan Bon Ami
3. Adapun karakteristik responden yang ditetapkan adalah :
  1. Pria dan wanita
  2. Berusia 18-60 tahun masa dewasa dini (Kotler dan Amstrong,2009)
  3. Bertempat tinggal di Kota Surabaya
  4. membeli dan pernah mengonsumsi makanan dan minuman yang ada di restoran Bon Ami di Surabaya minimal 2 (dua) kali dalam 1 tahun terakhir

## 1.3 Rumusan Masalah

Masalah yang ada dalam penelitian ini adalah “*Food Quality, Service Quality, Quality of Environment, Price Fairness, dan Authenticity* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami Simpang Darmo di Surabaya.” untuk menjawab penelitian ini akan menggunakan pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *Food Quality* Berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
2. Apakah *Food Quality* Berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral intention* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
3. Apakah *service Quality* Berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?

4. Apakah *Service Quality* Berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
5. Apakah *Quality of Environment* Berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
6. Apakah *Quality of Environmrnt* Berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral intention* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
7. Apakah *Price Fairness* Berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
8. Apakah *Price Fairness* Berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intenton* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
9. Apakah *Authenticity* Berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
10. Apakah *Authenticity* Berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?
11. Apakah *Satisfaction* Berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan Bon Ami di Surabaya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diajukan tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya

5. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Quality of Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
6. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Quaity of Enviroment* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
7. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Price Fairness* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
8. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Price Fairness* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
9. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
10. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Authenticity* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya
11. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pelanggan *Bon Ami* di Surabaya

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini yang dapat dilakukan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut

#### **1.5.1 Manfaat teoritis**

Penelitian ini dilakukan supaya kita dapat mengetahui sejauh mana kualitas makanan (*Food Quality*), Kualitas pelayanan (*Service Quality*), Kualitas lingkungan (*Quality of Environment*), Harga yang wajar (*Price Fairness*), dan Keaslian (*Authenticity*) terhadap Kepuasan (*Satisfaction*) dan juga Niat Perilaku (*Behavioral Intention*). Dengan dilakukannya penelitian ini juga dapat mengetahui factor mana yang lebih dominan terhadap Kepuasan (*Satisfaction*) dan Niat

Perilaku (Behavioral Intention). Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan menjadi acuan dan sumber informasi bagi faktor-faktor yang akan mempengaruhi Kepuasan (Satisfaction) dan Niat Perilaku (Behavioral Intention) di restoran Bon Ami dan juga bisa dipakai menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang ingin di capai oleh beberapa pihak diantaranya adalah:

1. Instansi yang bisa terkait dengan penelitian ini yaitu restoran Bon Ami di Surabaya sebagai salah satu sumber untuk mengembangkan Kepuasan (Satisfaction) dan Niat Perilaku (Behavioral Intention) bagi Bon Ami agar kedepannya bisa menjadi lebih baik
2. Menjadi pengetahuan tambahan bagi pihak yang membutuhkan terkait dengan *Food Quality, Service Quality, Quality of Environment, Price Fairness, dan Authenticity* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Satisfaction* pada pelanggan Bon Ami Simpang Darmo di Surabaya sehingga bisa memiliki pelanggan yang akan selalu kembali.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab yang memiliki sistematika dengan tata cara penulisan sebagai berikut:

#### **BAB 1: Pendahuluan**

Bab 1 akan berisi mengenai latar belakang masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, mamfaat penelitian, dan sistematika penulisan

#### **BAB 2: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

Bab 2 akan berisi mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian dan bagan alur berpikir.

#### **BAB 3: Metodologi Penelitian**

Bab 3 akan berisi mengenai jenis penelitian , populasi dan sampel ,metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variable, dan metode analisis data

#### BAB 4: Analisis Data dan Pembahasan

Bab 4 akan menjabarkan mengenai analisis dari data yang telah didapatkan dengan memberi tampilan dari data penelitian yang bersumber dari data kuesioner yang telah disebar. Pada Bab 4 ini juga terdapat pembahasan

#### BAB 5: Penutup

Bab 5 akan menjelaskan bagian pada akhir dari penelitian yang akan dilengkapi dengan simpulan, implikasi dan rekomendasi

