

INTISARI

FAKTOR KEPUASAN RESTORAN CEPAT SAJI DI D.I. YOGYAKARTA

Oleh

RAHMAN ARMENZARIA

10/297050/EK/17882

Restoran cepat saji telah berkembang pesat menjadi salah satu lambang masyarakat modern, salah satu penyebabnya karena keinginan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan yang cepat dalam aktivitas sehari-hari. Penelitian bertujuan untuk memahami apakah terdapat perbedaan perilaku konsumen restoran cepat saji di D.I. Yogyakarta. Variabel yang diteliti adalah kualitas makanan, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampak kepuasan kepada niat pembelian kembali. Pembagian restoran cepat saji berdasarkan jenis makanan Barat, Asia (kecuali China dan Jepang), dan Jepang. Data penelitian dianalisis menggunakan *multiple regression* dan *purposive sampling* digunakan untuk mengumpulkan sampel populasi. Peneliti mengumpulkan 300 responden yang tersebar kepada tiga restoran cepat saji. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa seluruh variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan tidak terdapat perbedaan diantara ketiga jenis restoran. Kualitas makanan, harga dan kualitas layanan menjadi variabel penting bagi kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap niat pembelian kembali.

Kata Kunci: D.I. Yogyakarta, kepuasan pelanggan, niat pembelian kembali, perilaku konsumen, restoran cepat saji.

ABSTRACT

FAKTOR KEPUASAN RESTORAN CEPAT SAJI DI D.I. YOGYAKARTA

By

RAHMAN ARMENZARIA

10/297050/EK/17882

Fast food restaurant have grown fast and become icon of modern society, one of the reason is because the societies require fast service to help the needs. The aim of this research is to understand whether there is any differences in customer behavior within fast food restaurant in D.I. Yogyakarta. The variable in this research are food quality, price, and service quality to customer satisfaction and its impact to customer behavior. The fast food restaurant is divided by Western food, Asia food (exclude Chinese and Japanese), and Japanese food. The data is analyzed by multiple regression and gathered by purposive sampling. Researcher collected 300 respondend from three fast food restaurant. The result reveal all variable are significantly affect customer satisfaction and there is no differences within three fast food restaurant. Food quality, prices and service quality became important variables for customer satisfaction and have positive impact on repurchase intention.

Key words: Behavior intention, customer behavior, customer satisfaction, D.I. Yogyakarta, fast food restaurant, repurchase intention.