

***THE INFLUENCE OF FOOD QUALITY AND SERVICE QUALITY
TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTION
AT KIMUKATSU RESTAURANT IN INDONESIA.***

Chairul Anwar

Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Restoran merupakan salah satu industri kuliner yang mengalami pertumbuhan yang pesat. Persaingan antar restoran telah menghasilkan model bisnis yang dinamis dengan dengan berbagai perubahan menu dan komponen layanan. Integrasi antara makanan dan layanan yang disajikan di restoran memainkan peran penting dalam mendorong kepuasan dan perilaku perilaku pelanggan. Kualitas makanan adalah kesesuaian makanan dari sebuah restoran untuk memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan diberikan melalui karyawan kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap terhadap *customer behavior intentions* di Restoran Kimukatsu. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 205 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM). penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program AMOS 24. Hasil Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan dan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan niat perilaku. Kepuasan konsumen berperan sebagai mediator antara kualitas antara kualitas makanan dan layanan dan antara kualitas makanan dan niat perilaku konsumen.

Kata kunci: Kualitas Makanan; Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan; Niat Berperilaku.

***THE INFLUENCE OF FOOD QUALITY AND SERVICE QUALITY
TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTION
AT KIMUKATSU RESTAURANT IN INDONESIA.***

Chairul Anwar

Management
Faculty of Economics and Business
Tanjungpura University

ABSTRACT

Restaurants are one of the culinary industries that are experiencing rapid growth. The competition among restaurants has generated a dynamic business model with a variety of menu and service component changes. The integration between food and service served in restaurants plays a crucial role in driving customer satisfaction and behavioral intentions. Food quality is the suitability of food from a restaurant to meet customer expectations. Meanwhile, the quality of service is provided through employees to customers. The study aims to analyze the effect of food quality and service quality on customer behavior intentions in Kimukatsu Restaurant. The study was carried out using the purposive sampling method with a total of 205 respondents. The research data analysis technique was Structural Equation Modeling (SEM) with the AMOS 24 program. The results showed that the quality of food and service positively affects customer satisfaction and behavioral intentions. Consumer satisfaction acts as a mediator between the quality of food and service and between the quality of food and customer behavior intentions.

Keywords : *Food Quality; Service Quality; Customer Satisfaction; Behavioral Intention.*

The Influence of Food Quality and Service Quality towards Customer Satisfaction and Behavioral Intention at Kimukatsu Restaurant in Indonesia.

RINGKASAN

1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman terus berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Indonesia telah dikategorikan sebagai negara dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman tercepat di antara semua negara ASEAN (Sekretariat Akses Pasar, 2016). Restoran, gerai makanan cepat saji, kafe, dan kedai makanan adalah pendorong utama pertumbuhan bisnis kuliner (Market Sekretariat Akses Pasar Analisis Data Global, 2016).

Restoran Kimukatsu sering ditampilkan di majalah dan acara TV populer Jepang, menjadikan Kimukatsu restoran terkini untuk dikunjungi. Restoran populer ini sudah hadir di Indonesia. Makan di Kimukatsu adalah pengalaman yang sama sekali berbeda. Dari aroma manis wijen sangrai yang dicampur dengan saus khas Kimukatsu, hingga renyahnya remahan roti yang melapisi lapisan khas Katsu.

Penelitian tentang *food quality* dan *service quality* telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Namun masih ada terjadi perbedaan hasil penelitian, sehingga menimbulkan *gap research* yang memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian kembali dengan tema sejenis. Untuk itu penulis tertarik meneliti kembali tentang *food quality* dan *service quality* terhadap *behavioral intention* dan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. Kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Irfan, Akhtar, Pervez, & Ur Rehman 2014; Yudhy et al., 2021).

2. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah dalam uraian variabel di atas. Peneliti berusaha menjawab beberapa hal yang dianggap menjadi urgensi industri *food* dan *beverage*. mempengaruhi kepuasan konsumen yang berefek terhadap niat perilaku konsumen. Pengusaha harus selalu memperhatikan kualitas produk dan layanan mereka seperti menggunakan bahan baku dengan kualitas baik dan mengevaluasi layanan di restoran mereka. Maka dapat dibuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat hubungan antara pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* ?
- 2) Apakah terdapat hubungan antara pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* ?
- 3) Apakah terdapat hubungan antara pengaruh *customer satisfaction* terhadap *behavioral intention* ?
- 4) Apakah terdapat hubungan antara pengaruh *food quality* terhadap *behavioral intention* ?
- 5) Apakah terdapat hubungan antara pengaruh *service quality* terhadap *behavioral intention* ?
- 6) Apakah terdapat hubungan antara *food quality* terhadap *behavioral intention* yang dimediasi oleh *customer satisfaction* ?
- 7) Apakah terdapat hubungan antara *service quality* terhadap *behavioral intention* yang dimediasi oleh *customer satisfaction* ?

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh:

- 1) *Food quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di restoran kimukatsu Indonesia.
- 2) *Food quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* di restoran kimukatsu Indonesia.
- 3) *Service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di restoran kimukatsu Indonesia.
- 4) *Service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* di restoran kimukatsu Indonesia.
- 5) *Customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* di restoran kimukatsu Indonesia.
- 6) *Customer Satisfaction* memediasi pengaruh *food quality* terhadap *behavioral intention* di restoran kimukatsu Indonesia.
- 7) *Customer Satisfaction* memediasi pengaruh *service quality* terhadap *behavioral intention* di restoran kimukatsu Indonesia.

4. Metode Penelitian

Penelitian Kasual merupakan desain yang dipilih dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang dianggap memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Kuesioner menggunakan skala likert 5 point (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). kualitas makanan diukur menggunakan enam item yang diadaptasi dari (Namkung & Jang, 2007;Jang & Namkung, 2009). Kualitas layanan diukur menggunakan empat item yang diadaptasi dari (Brady & Cronin, 2001;Jang & Namkung, 2009). Kepuasan pelanggan diukur menggunakan tiga item yang diadaptasi dari (Oliver, 1997;Ryu et al., 2008). Sedangkan *Behavioral Intention* diukur dengan menggunakan lima item yang diadaptasi dari (Zeithaml et al., 1996). Jumlah sampel yang terhimpun dan diteliti dalam penelitian ini adalah 205 responden. Sampel yang dilibatkan merupakan Pelanggan Restoran Kimutaksu yang berada di kota-kota yang ada di Indonesia yaitu : Bandung, Batam, Bekasi,

Jakarta, Palembang, Pontianak, Semarang, Surabaya, Tangerang, dan Yogyakarta melalui kuesioner online. Penelitian ini akan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat bantu statistik AMOS 24 untuk menganalisis dan mengevaluasi *measurement* model dan *structural* model dari konstruk penelitian yang dibangun.

5. Hasil Penelitian

- 1) Diperoleh nilai T-hitung pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 5.134 dan nilai p-value kurang dari 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,05$). Hasil ini berhubungan dengan hipotesis pertama, dimana kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Diperoleh nilai t hitung pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 2,987, dan nilai p-value lebih kecil dari 0,001. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 3) Diperoleh nilai t dihitung, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat perilaku adalah 3,433, dan nilai p lebih kecil dari 0,001. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.
- 4) Diperoleh nilai thitung pengaruh kualitas makanan terhadap niat perilaku adalah 2,259, dan nilai p lebih kecil dari 0,001. Hasil ini sesuai dengan hipotesis bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.
- 5) Diperoleh nilai t hitung pengaruh kualitas layanan terhadap niat perilaku adalah 3,371, dan nilai p lebih kecil dari 0,001. Dengan demikian, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.
- 6) Diperoleh nilai statistik uji Sobel sebesar 2,85, dan nilai p sebesar 0,004. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai statistik uji Sobel lebih besar dari

t-tabel (1,96). Demikian juga nilai p yang diperoleh kurang dari 0,05 ($\alpha = 0,05$). Hal ini menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan kualitas makanan terhadap niat perilaku melalui kepuasan pelanggan.

- 7) Hasil yang sesuai juga diperoleh pada kualitas layanan, dimana nilai statistik uji Sobel adalah 2,26, lebih besar dari 1,96, dan nilai p adalah 0,023, lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, terdapat pengaruh tidak langsung signifikan kualitas pelayanan terhadap behavioral intention melalui kepuasan pelanggan.

6. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman para pengusaha di bidang makanan dan minuman dalam menentukan kualitas makanan dan memberikan kualitas layanan. Dimana kualitas makanan dan kualitas layanan sebagai langkah awal dalam menciptakan serta membangun kepuasan konsumen yang bisa memberikan efek terhadap niat perilaku pelanggan. *food quality* merupakan salah satu variabel penting yang mampu menghadirkan kepuasan pelanggan di restoran (Kwun, 2011; Nasir et al., 2014; Al-Tit, 2015; Berliansyah & Suroso, 2018). rasa dan kualitas adalah dua komponen utama yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengelola restoran di Indonesia harus mempertahankan *food quality* untuk meningkatkan *customer satisfaction*. Hasil penelitian ini menunjukkan *food quality* memiliki hubungan positif dengan *behavioral intention* pelanggan. Pelanggan bersedia mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan pelayanan prima, terutama untuk mendapatkan kenikmatan makan di restoran. Dengan terpenuhinya harapan mereka, alasannya cukup untuk membuat pelanggan merasa puas. Hasil penelitian ini menunjukkan *food quality* memiliki hubungan positif dengan *behavioral intention*. Hasil penelitian ini mengaskan bahwa pengusaha perlu mengevaluasi setiap kualitas dan layanan yang telah diberikan meningkatkan kepuasan konsumen bila eksistensi sebuah usaha ingin tetap berlanjut dan dapat bersaing di era globalisasi saat ini.

7. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat digunakan oleh penelitian selanjutnya. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan hubungan antar variabel yang lebih luas atau meneliti dengan variabel lain dengan menggunakan indikator lainnya sehingga dapat memperoleh hasil yang dapat menyempurnakan penelitian ini.