

**PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *IMAGE*
PADA USAHA KECIL MENENGAH KULINER DI
TULUNGAGUNG**

TESIS



Oleh:

CHRISTIAN ANDREW HADI SAPUTRA, ST.

8112416001

**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2017

**PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *IMAGE*
PADA USAHA KECIL MENENGAH KULINER DI
TULUNGAGUNG**

TESIS

Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
Untuk memenuhi persyaratan
Gelar Magister Manajemen



Oleh:

CHRISTIAN ANDREW HADI SAPUTRA, ST.

8112416001

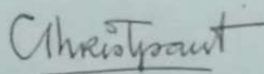
**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2017

ii

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Tesis berjudul “Pengaruh *Food Quality* Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Behavioral Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Dan *Image* Pada Usaha Kecil Menengah Kuliner Di Tulungagung” yang ditulis dan diajukan oleh yang ditulis dan diajukan oleh Christian Andrew Hadi Saputra (8112416001) telah disetujui untuk diuji.



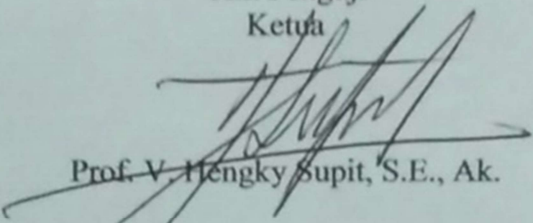
(Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP))
Pembimbing Tesis

PENGESAHAN TIM PENGUJI

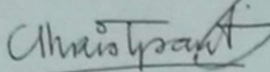
Tesis berjudul “Pengaruh *Food Quality* Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Behavioral Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Dan *Image* Pada Usaha Kecil Menengah Kuliner Di Tulungagung” yang ditulis dan diajukan oleh Christian Andrew Hadi Saputra (8112416001) telah diuji dan dinilai oleh Tim Penguji Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 22 Desember 2017

Tim Penguji
Ketua

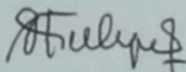

Prof. V. Hengky Supit, S.E., Ak.

Sekretaris



Dr. Christina Esti Susanti,
MM., CPM (AP)


Anggota



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.

Direktur

Program Pascasarjana


Prof. Dr. J.S. Ami Soewandi



**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Christian Andrew Hadi Saputra, ST.

NRP : 8112416001

Judul : pengaruh *food quality* dan *service quality* terhadap *customer behavioral intention* melalui *customer satisfaction* dan *image* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapa pun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dapat dipublikasi di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian tesis ini dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.



Surabaya, 22 Desember 2017

Christian Andrew Hadi Saputra
Christian Andrew Hadi Saputra, S.T.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis menyelesaikan proposal tesis ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama penyusunan proposal tesis ini penulis telah menerima banyak masukan dan bimbingan, serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. J.S. Ami Soewandi selaku Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP), selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan petunjuk dan pemikiran yang sangat berharga selama penelitian berlangsung sehingga terselesaikannya penulisan proposal tesis ini.
3. Dr. Christina Esti Susanti, SE, MM., CPM (AP) selaku Kaprodi Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

4. Kedua orang tua dan saudara yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian proposal tesis ini
5. Koresponden yang telah mengisi kuisisioner hingga terselesaikannya proposal tesis ini.
6. Terman-teman yang telah membantu memberikan semangat dan dorongan hingga terselesaikannya proposal tesis ini dan pihak-pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Surabaya, 11 Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB 2 LANDASAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	14
1. <i>Food Quality</i>	14
2. <i>Service Quality</i>	18

3.	<i>Image</i>	21
4.	Kepuasan Konsumen	23
5.	<i>Behavioral Intention</i>	25
6.	Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Image</i>	30
7.	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Image</i>	31
8.	Pengaruh <i>Image</i> Terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	32
9.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	32
10.	Pengaruh <i>Food Quality</i> dan <i>Service</i> <i>Quality</i> Terhadap <i>Behavioral</i> <i>Intention</i>	33
11.	Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
12.	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3	Model Penelitian	35
2.4	Hipotesis Penelitian.....	36
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Desain Penelitian.....	38
3.2	Identifikasi Variabel.....	38
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	39

3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	42
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Populasi dan Sampel.....	44
3.8	Teknik Analisis Data.....	46
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Karakteristik Responden.....	52
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	55
4.3	Statistik Deskriptif Variabel.....	56
4.4	Uji Asumsi <i>Structural Equational Modelling</i> (SEM)	68
4.5	Pembahasan.....	81
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		96
5.1	Simpulan	96
5.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	35
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Pengujian Model Fit	50
Tabel 4.1 Pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam 1 bulan terakhir	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Interval Penilaian	55
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Food Quality</i> (X_1)	57
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X_2)	59
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Image</i> (Y_1)....	61
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y_2).....	63
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Behavioral Intention</i> (Y_3)	66
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	69
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Raliabilitas	74

Tabel 4.13 Pengujian Kecocokan Keseluruhan	
Model.....	77
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis <i>Direct Effect</i>	78
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis <i>Indirect Effect</i>	79

ABSTRAK

Usaha kecil menengah (UKM) adalah salah satu motor penggerak perekonomian di negara kita. Usaha kecil, dan menengah (UKM) merupakan “tulang punggung” perekonomian di Indonesia. Bisnis kuliner adalah jenis usaha yang menguntungkan, alasannya karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Bisnis kuliner ini pun punya banyak kategori, mulai dari makanan ringan (camilan), minuman, hingga makanan pokok.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis Pengaruh *food quality* dan *service quality* terhadap *customer behavioral intention* melalui *customer satisfaction* dan *image* pada usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung.

Alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah menggunakan metode survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Peneliti akan membagikan kuesioner secara langsung kepada konsumen usaha kecil menengah kuliner di Tulungagung sebanyak 125 responden yang disusun berdasarkan variabel yang telah ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *food quality*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *image*, *image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer behavioral intention*. *food quality* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *customer behavioral intention*. *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer behavioral intention*.

Kata Kunci: *food quality*, *service quality*, *customer behavioral intention*, *customer satisfaction*, *image*.

ABSTRACT

Small and medium enterprises (SMEs) is one of the motor of the economy in our country. Small and medium enterprises (SMEs) are the "backbone" of the economy in Indonesia. The culinary business is a profitable type of business, the reason being that food is a basic human need that can't be separated from human life. This culinary business also has many categories, ranging from snacks (snacks), drinks, to staple foods.

The purpose of this research is to study and analyze the influence of food quality and service quality to customer behavioral intention through customer satisfaction and image on small-scale culinary business in Tulungagung.

The tool used for data collection is using survey methods conducted by distributing questionnaires. Researchers will distribute questionnaires directly to consumers of small-scale culinary business in Tulungagung as many as 125 respondents are prepared based on predetermined variables. Data analysis technique used in this research is SEM.

The result of the research shows that food quality, service quality have positive and significant effect to image, image have positive and significant effect to customer satisfaction, customer satisfaction have positive effect and significant to customer behavioral intention. food quality has positive but not significant effect on customer behavioral intention. service quality has a positive and significant impact on customer behavioral intention.

Keyword: food quality, service quality, customer behavioral intention, customer satisfaction, image.