



ABSTRAK

Kristofel Fransiskus Abraham M. / 22150071 / 2020 / Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di *Burger King* Mall Of Indonesia, Jakarta Utara / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Kebutuhan utama manusia salah satunya adalah makanan, manusia tidak bisa hidup tanpa makanan sebagai sumber energi. Persaingan yang ketat juga dialami di dalam dunia kuliner, banyak restoran siap saji atau *fast food* yang mulai mendunia dengan ciri khasnya masing-masing. Dengan begitu bisnis dalam bidang makanan dan minuman semakin pesat berkembang. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai jenis restoran siap saji yang menyediakan makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Para konsumen pada saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih restoran. Perubahan perilaku yang semakin mengarah ke berbagai hal praktis menjadi fenomena tersendiri bagi makanan di dunia. Hal ini dimanfaatkan *Burger King* untuk mengembangkan bisnisnya. Salah satu cara untuk memenuhi kepuasan para pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas layanan yang baik kepada para pelanggan dengan memperhatikan aspek penting ekonomi seperti harga yang layak untuk ditawarkan, sehingga pelanggan merasa puas dan keinginan serta kebutuhan juga terpenuhi dimana memiliki dampak pada loyalitas. Terkait hal itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Harga, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Konsumen beserta pengukuran – pengukurannya. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara Harga dengan Loyalitas Konsumen, Kualitas Layanan dengan Loyalitas Konsumen.

Objek penelitian ini adalah restoran *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara *Online* melalui *google form*, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non – probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) menggunakan WarpPLS 6.0 dan SPSS 20.0.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa tingkat harga dan kualitas layanan semakin baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara langsung.

Kata kunci : Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen, Burger King.

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Kristofel Fransiskus Abraham M. / 22150071 / 2020 / *Effect of Price, Quality of Service on Consumer Loyalty at Burger King Mall Of Indonesia, North Jakarta* / Supervisor: Ir. Siagian, M.M.

One of the main needs of humans is food, humans cannot live without food as an essential source. Intense competition is also experienced in the culinary world, many fast food restaurants are starting to go global with their respective characteristics. With so business in food and beverage sector is growing rapidly. In Indonesia itself there are various types of restaurants or fast food that provide food and drinks according to the needs of consumers. Today's consumers are faced with various alternatives in choosing restaurants. Changes in community behavior that increasingly leads to various practical things become a challenge in itself for the food business in the world. This is used by Burger King to develop customers by paying attention to important aspects of the economy such as reasonable prices to offer, so that customers feel satisfied and their desires and needs are met which has an impact on loyalty. Related to this the authors are interested in conducting research aimed to determine the effect of price and quality of service on consumer loyalty at Burger King at the Mall of Indonesia, North Jakarta.

The theory used to support this research is the definition of Price, Service Quality, and Consumer Loyalty along with its measurements. Then supported by theories about the relationships between Price and Consumer Loyalty, Service Quality and Consumer Loyalty.

The object of this research is the Burger King restaurant in Mall Of Indonesia, North Jakarta. Data collection method in this research is to distribute questionnaires online through Google form, with the sampling technique used is non-probability sampling with judgment sampling approach. Data analysis techniques used for model testing and data processing are structural equation modeling (Structural Equation Modeling) using WarpPLS 6.0 and SPSS 20.0.

The results of this study indicate that prices have a positive and significant effect on consumer loyalty, service quality has a positive and significant effect on consumer loyalty. With these results it can be stated that the level of price and service quality is getting better it can increase customer satisfaction. The conclusion of this study is that all existing hypotheses have been shown to have a positive and significant direct effect.

Keywords: Price Effect, Service Quality, Consumer Loyalty, Burger King.

