

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN RESTORAN
RICHEESE FACTORY TRANSMART KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Negeri Padang*



Disusun oleh:

NURUL FAIZAH
19059189 / 2019

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

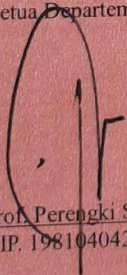
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN RESTORAN
RICHEESE FACTORY TRANSMART KOTA PADANG

NAMA : Nurul Faizah
NIM/TM : 19059189/2019
DEPARTEMEN : Manajemen (S1)
KEAHLIAN : Pemasaran
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Agustus 2023


Disetujui Oleh:

Ketua Departemen Manajemen


Prof. Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D.
NIP. 198104042005011002

Mengetahui,

Pembimbing,


Abror, SE, ME, Ph.D.
NIP. 197510181999031001

HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN RESTORAN
RICHEESE FACTORY TRANSMART KOTA PADANG**

NAMA : Nurul Faizah
NIM/TM : 19059189/2019
DEPARTEMEN : Manajemen (S1)
KEAHLIAN : Pemasaran
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Agustus 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

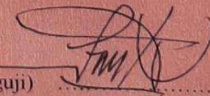
1. Abror, SE, ME, Ph.D

(Ketua)



2. Dr. Susi Evanita, MS

(Penguji)



3. Astra Prima Budiarti, SE, BBA Hons, MM

(Penguji)



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Faizah
NIM/TM : 19059189/2019
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 10 Juli 2000
Departemen : Manajemen S1
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jl. Palangkaraya, asratek ulakkarang selatan
No Hp/Telp : 089674405282
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Food Quality* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel Mediasi pada Pelanggan Restoran Richeese Factory Transmart Kota Padang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Pada karya tulis ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah dengan menyebutkan pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini Sah apabila telah ditandatangani Asli oleh pembimbing, tim penguji, dan Ketua Prodi.

Demikianlah pertanyaan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak beneran di dalam pertanyaan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Agustus 2023
Penulis,



Nurul Faizah
NIM. 19059189

ABSTRAK

Nurul Faizah (2019/19059189) : **Pengaruh *Service Quality* dan *Food Quality* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel Mediasi pada Pelanggan Restoran Richeese Factory Transmart Kota Padang.**
Dosen Pembimbing : **Abror, SE, ME, Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* dan *food quality* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pelanggan restoran Richeese Factory Transmart Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah berkunjung dan berbelanja di Richeese Factory Transmart Kota Padang yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 230 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM menggunakan *Smart PLS4*.

Hasil dari penelitian adalah (1) *service quality* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. (2) *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. (3) *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. (4) *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada Richeese Factory Transmart Kota Padang. (5) *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada Richeese Factory Transmart Kota Padang. (6) *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. (7) *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: *Repurchase Intention, Service Quality, Food Quality, Customer Satisfaction.*

ABSTRACT

Nurul Faizah (2019/19059189) : *The Effect of Service Quality and Food Quality on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as a Mediating Variable for Richeese Factory Transmart Restaurant Customers in Padang City.*

Supervisor : **Abror, SE, ME, Ph.D**

This study aims to analyze the influence of *service quality and food quality* on *repurchase intention* with *customer satisfaction* as a Mediation variable for Richeese Factory Transmart Restaurant Customers in Padang City. The population in this study are all people who have visited and shopped at the Richeese Factory Transmart Padang City whose number is not known with certainty. While the number of samples in this study amounted to 230 respondents using purposive sampling method. The analysis technique used is SEM analysis using *Smart PLS4*.

The results of the research are (1) *service quality* has a negative and significant effect on *repurchase intentions*. (2) *Service quality* has a positive and significant effect on *customer satisfaction*. (3) *Food quality* has a positive and significant effect on *customer satisfaction*. (4) *Food quality* has a positive and significant effect on *repurchase intentions* at Richeese Factory Transmart Padang City. (5) *Customer satisfaction* has a positive and significant effect on *repurchase intentions* at Richeese Factory Transmart Padang City. (6) *Service quality* has a positive and significant effect on *repurchase intention* through *customer satisfaction* as a mediating variable. (7) *Food quality* has a positive and significant effect on *repurchase intention* through *customer satisfaction* as a mediating variable.

Keywords: *Repurchase Intention, Service Quality, Food Quality, Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR



Puji Syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh *Service Quality* dan *Food Quality* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel Mediasi pada Pelanggan Restoran Richeese Factory Transmart Kota Padang”**.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi penelitian pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan ini penulis tidak lepas dari hambatan dan beberapa kendala yang dihadapi. Meskipun demikian, Alhamdulillah atas bimbingan, dorongan, arahan, serta dukungan dari berbagai unsur maka penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Abror, SE,ME,Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Susi Evanita, MS selaku penguji I dan Ibu Astra Prima Budiarti, SE,BBA.Hons, MM selaku penguji II yang selalu memberikan saran, masukan dan kritikan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Abel Tasman, SE,MM selaku dosen pembimbing akademik.
4. Bapak Prof. Perengki Susanto,SE,M.Sc, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen.

5. Ibu Yuki Fitria S.E,M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
6. Bapak Supan Weri Munandar, A.Md selaku staff administrasi Jurusan Manajemen dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi.
7. Bapak dan Ibu dosen, staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmu dalam penulis skripsi ini, serta karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
8. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas Negeri Padang dan ruang baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
9. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua tercita papa dan mama yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moral dan material serta kasih sayang yang tak terhingga dan tak ternilai harganya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
11. Terakhir untuk diri sendiri atas segala kerja keras dan semangatnya tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih atas segala perjuangan jatuh bangun yang telah berhasil dilewati sehingga sampai bisa berada ditahap ini.

Dengan segala keterbatasan, penulis tetap berusaha agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. InsyaAllah segala bantuan dan dukungan dari segala

pihak dapat menjadi amal yang baik dan mendapat nilai ibadah di sisi Allah SWT.
Penulis berhadap skripsi ini bermanfaat, terutama bagi diri sendiri dan menambah
pengetahuan kita semua.

Padang, Agustus 2023

Nurul Faizah
Nim : 19059189

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi masalah.....	8
C. Batasan masalah	9
D. Rumusan masalah.....	9
E. Tujuan penelitian.....	10
F. Manfaat penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Teori	13
1. <i>Repurchase Intention</i>	13
2. <i>Service Quality</i>	16
3. <i>Food Quality</i>	17
4. <i>Customer Satisfaction</i>	18
B. Hubungan antar variabel.....	19
C. Penelitian Terdahulu	25
D. Kerangka konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi dan waktu penelitian	29
C. Populasi dan sampel	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel.....	30
D. Jenis dan Sumber Data	31
1. Jenis	31
2. Sumber data.....	31
E. Teknik pengumpulan data	32
1. Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
F. Variabel penelitian dan definisi operasional.....	32
1. Variabel Penelitian.....	32
2. Defenisi operasional	Error! Bookmark not defined.
G. Instrumen penelitian	35
H. Teknik analisis data.....	36
1. Analisis Deskriptif.....	36
2. Partial Least Square (PLS).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45

A.	Gambar Umum Objek Penelitian.....	45
1.	Profil Richeese Factory.....	45
2.	Visi dan Misi Richeese Factory.....	46
B.	Hasil Penelitian.....	46
1.	Deskripsi Krakteristik Responden.....	46
2.	Deskripsi Frekuensi Indikator.....	52
C.	Analisis Data.....	55
1.	Analisis Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>).....	56
2.	Uji Reliabilitas (<i>Reliability Test</i>).....	59
3.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	60
D.	Uji Hipotesis.....	62
E.	Pembahasan.....	69
BAB V	PENUTUP.....	76
A.	Kesimpulan.....	76
B.	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data <i>Top Brand Index</i> Restoran Cepat Saji Tahun 2020,2021 dan 2022..	4
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. Definisi Operasional.....	34
Tabel 4. Alternatif Jawaban Variabel <i>service quality, food quality, customer satisfaction, repurchase intention</i>	36
Tabel 5. Kriteria Interpretasi Skor	38
Tabel 6. Kriteria penilaian PLS menurut (Haryono (2015)	40
Tabel 7. Evaluasi Model Pengukuran Refleksi	40
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	50
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Restoran Cepat Saji Yang Pernah dikunjungi	51
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernyataan Sudah Berapa Kali Berkunjung	51
Tabel 15. Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Repurchase Intention (Y)</i>	52
Tabel 16. Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Service Quality (X1)</i>	53
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Food Quality (X2)</i>	54
Tabel 18. Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Customer Satisfaction (Z)</i>	55
Tabel 19. Output Outer Loading Awal	56
Tabel 20. Output Outer Loading Akhir.....	57
Tabel 21. Average Variance Extrated (AVE)	58
Tabel 22. Output Cross Loading.....	58
Tabel 23. Cronbach Alpha dan Composite Reliability	59
Tabel 24. Nilai R Square.....	60
Tabel 25. Nilai Q Square.....	61
Tabel 26. Nilai Goodness of Fit.....	62
Tabel 27. Hasil Analisis Inner Model.....	63
Tabel 28. Hasil Rangkuman Pengujian Hipotesis	64
Tabel 29. Perhitungan Koefisien Variabel Pengaruh Tidak Langsung	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Online review</i> konsumen Richeese Factory Transmart Kota Padang..	7
Gambar 2. Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 3. Model Akhir Ouput PLS	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner penelitian	85
Lampiran 2 : Tabel tabulasi PLS	89
Lampiran 3 : Nilai Outer Loading	101
Lampiran 4 : Hasil Uji Inner Model	102
Lampiran 5 : Hasil Uji Hipotesis	103
Lampiran 6 : Outer Model.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman dahulu masyarakat terbiasa dengan makanan rumahan yaitu makanan yang dimasak oleh ibu. Jika ingin makan diluar, biasanya ke restoran yang menyajikan menu tradisional seperti rumah makan padang, gudeg, jogja dan lain-lain. Makanan tradisional terbentuk oleh proses perkembangan yang berjalan bertahun-tahun, yakni proses penyesuaian antara makanan yang kita konsumsi dengan jenis-jenis bahan makanan yang ada serta bentuk aktivitas yang dijalankan masyarakat setempat.

Saat itu kehidupan masih didominasi oleh suasana tradisional. Semua aktivitas masih serba santai dan relatif nyaman. Dahulu masyarakat sarapan, makan siang, makan malam selalu di rumah. Keadaan demikian secara berangsur berubah, sejalan perubahan kehidupan masyarakat menuju kehidupan yang lebih modern. Dewasa ini, era modern telah mengubah tatanan hidup masyarakat menjadi serba instan.

Berbagai macam kegiatan dan tuntutan harus diselesaikan dalam waktu yang singkat. Kegiatan bertahan hidup seperti makan pun harus dilakukan dengan cepat. Masyarakat saat ini seperti berburu dengan waktu, 24 jam dalam sehari dirasa sangat singkat untuk melakukan berbagai kegiatan sehari-hari.

Seiring dengan pertumbuhan zaman modern, kebutuhan akan restoran cepat saji kian berkembang. Saat ini banyak tempat makan yang menyajikan makanan cepat saji untuk mendukung aktivitas. Perilaku masyarakat dalam “mengonsumsi” makanan juga dipengaruhi oleh ekonomi yang membaik dengan meningkatnya pendapatan perkapita penduduk dan gaya hidup serta gengsi.

Perubahan pada pola hidup dan pola makanan telah menyebabkan maraknya munculnya berbagai makanan siap saji (*fast food*). Oleh padatnya jadwal kerja yang tidak memungkinkan setiap saat untuk makan di rumah, sehingga akhirnya kebanyakan orang terutama masyarakat perkotaan saat ini lebih memiliki makan di luar rumah. Terlebih lagi kebanyakan orang lebih tertarik dengan produk *fast food* karena dianggap lebih praktis dan banyak tersedia dimana-mana.

Fast food merupakan makanan cepat saji yang terkenal di masyarakat. Peneliti lebih tertarik untuk meneliti restoran makanan yang dapat di olah dan disajikan dalam waktu yang singkat dan mudah dalam hitungan beberapa menit, terutama di restoran, snack bar, maupun rumah makan.

Namun pada penelitian saat ini, lebih tertarik untuk meneliti restoran siap saji yang sedang berkembang pesat Richeese Factory yang memang telah masuk *top brand* 2018 dan 2019 dengan urutan ke lima. Richeese factory adalah suatu merek dagang waralaba rumah makan siap saji asli

Indonesia. Hidangan utama di restoran Richeese Factory adalah ayam keju, tetapi mereka juga menyajikan minuman ringan dan kentang goreng.

Perkembangan industri pangan saat ini meningkat dengan pesat khususnya restoran makanan cepat saji. Dibuktikan dengan munculnya berbagai restoran cepat saji baik waralaba dari luar negeri maupun dalam negeri. Fenomena ini didukung dengan perubahan gaya hidup budaya masyarakat Indonesia yang memiliki banyak kesibukan dan aktivitas sehingga masyarakat terbiasa dengan segala sesuatu yang muda, praktis dan cepat.

Dampak dari perubahan ini berpengaruh terhadap perubahan selera antara pria dan wanita yang berbeda, kebiasaan dan perilaku pada suatu pembelian. Perubahan lainnya yaitu meningkatnya keinginan untuk menikmati hidup. Kesibukan dan aktivitas yang padat membuat waktu seseorang berkurang untuk menimbulkan pola konsumsi yang berbeda. Mereka berupaya menyempatkan waktunya untuk bersenang-senang dengan perilaku makan yang berubah.

Sebagai salah satu restoran siap saji yang asli Indonesia Richeese Factory merupakan restoran yang didirikan oleh PT Richeese Kuliner Indonesia. PT Richeese Kuliner Indonesia merupakan bagian dari Nabati Group yang juga memproduksi beragam camilan wafer. Outlet Richeese Factory pertama didirikan di Bandung tahun 2011. Restoran didesain unik agar mejadi tempat santai yang nyaman untuk semua usia dan kalangan serta

dapat merayakan kebersamaan dan keceriaan bersama sambil menikmati berbagai menu yang disajikan.

Richeese Factory hadir pertama kali di Indonesia pada tanggal 8 Februari 2011, bertempat di Paris Van Java Mall, Kota Bandung, Jawa Barat. Seiring dengan makin berkembangnya outlet, kini Richeese Factory telah hadir di kota-kota besar di Indonesia dengan 177 outlet di seluruh Indonesia pada tahun 2022, dan akan bertambah terus di tahun mendatang.

Berdasarkan data *top brand index* restoran cepat saji Richeese Factory ditempatkan pada posisi ke-5 sebagai merek *top* restoran cepat saji di Indonesia dari tahun 2020 hingga tahun 2022. *Top award* adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat *Top*. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan *Frontier Consulting Group*. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Data Top Brand Index Restoran Cepat Saji Tahun 2020,2021 dan 2022

<i>Top Brand Index Fase 2</i> 2020			<i>Top Brand Index Fase 2</i> 2021			<i>Top Brand Index Fase 2</i> 2022		
<i>Brand</i>	<i>TBI</i>		<i>Brand</i>	<i>TBI</i>		<i>Brand</i>	<i>TBI</i>	
KFC	26.4 %	TOP	KFC	27.2 %	TOP	KFC	27.2 %	TOP
McDonald's	22.8 %	TOP	McDonald's	26 %	TOP	McDonald's	26.2 %	TOP
Hoka-Hoka Bento	6.5%		Hoka-Hoka Bento	8.5 %		Hoka-Hoka Bento	9.4 %	
A&W	5.9 %		A&W	7.9 %		A&W	7.6 %	
Richeese Factory	4.9%		Richeese Factory	5.9%		Richeese Factory	4.7%	

Sumber : <https://www.topbrand>

Dari data Tabel 1 kita dapat melihat terjadi perubahan yang cukup besar pada peraih *top brand index*. Sehingga pada penelitiann penulis ingin melihat beberapa faktor yang mungkin terjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian produk Richeese Factory. Diketahui juga bahwa Richeese Factory masuk dalam 5 peringkat peraih *top brand index*. Dari data diatas peneliti juga tertarik untuk meneliti pengaruh *service quality* dan *food quality* terhadap *repurchase intention* terhadap *customer satisfaction*.

Membuat pelanggan bertahan untuk membeli kembali tidaklah mudah, terdapat banyak pengaruh faktor, salah satunya yaitu *food quality* atau kualitas makanan. Kualitas makanan menjadi salah satu faktor yang penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan dapat membuat sebuah keinginan untuk membeli kembali dimasa yang akan datang. Kualitas merupakan titik awal dalam merebut pangsa pasar sehingga tingkat kepuasan tidak hanya dipertahankan tetapi juga harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

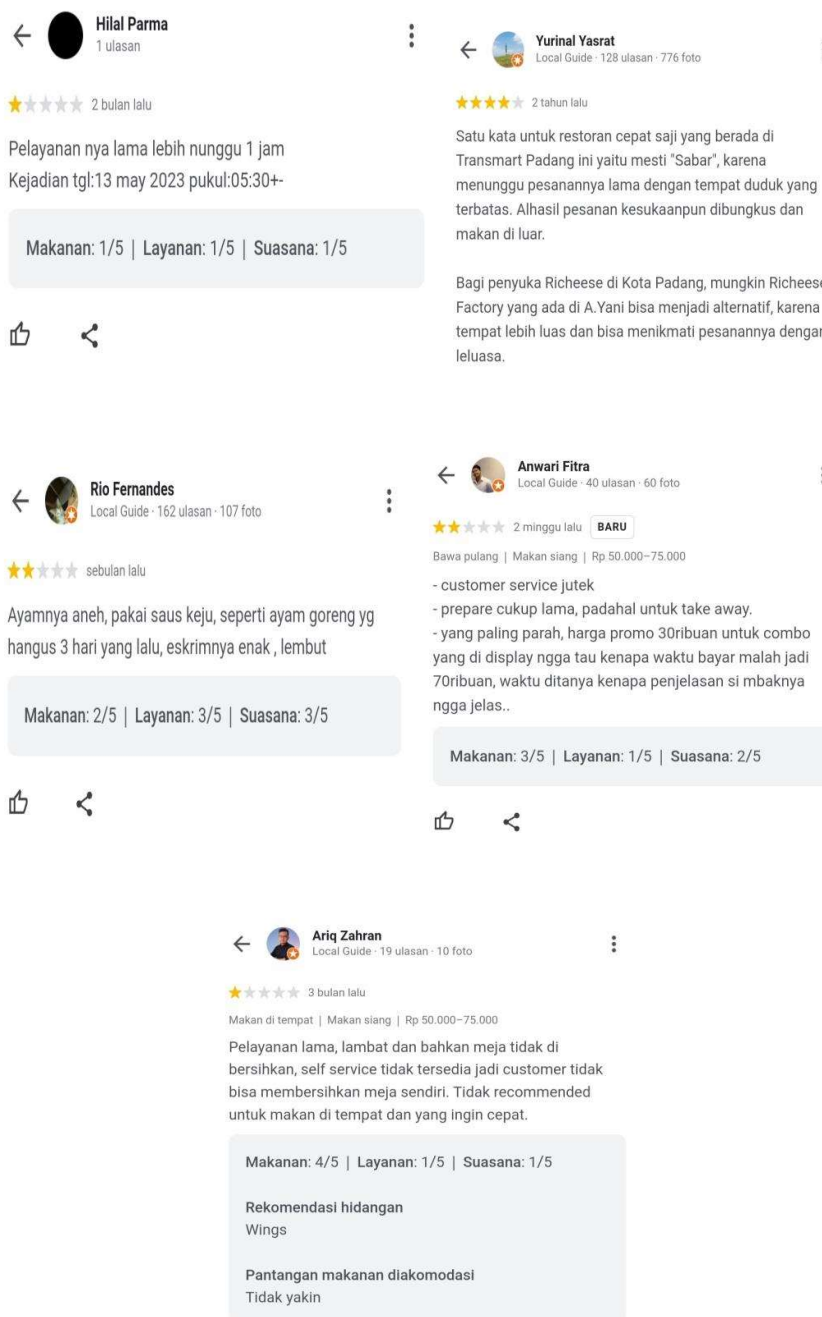
Selain dari *food quality*, saat ini konsumen juga menjadikan kualitas layanan atau *service quality* sebagai bahan pengambilan keputusan untuk mengunjungi kembali tempat-tempat tertentu. Pelayanan yang baik akan berdampak pada rasa kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen sehingga konsumen merasa nyaman dan akan melakukan kunjungan kembali dimasa yang akan datang.

Restoran tidak hanya menawarkan makanan saja tetapi juga memberikan suasana yang menyenangkan yang mendorong para pengunjung untuk menghabiskan waktu lebih banyak di restoran tersebut. Penikmat kuliner saat ini menjadi *the physical environment* sebagai peran penting disaat menyantap. Suasana yang nyaman dengan kelengkapan fasilitas menjadi suatu bahan pertimbangan dalam memutuskan mengunjungi tempat makan tersebut.

Salah satu restoran cepat saji yang menjadi tempat makanan favorit masyarakat Kota Padang adalah restoran yang menyajikan produk ayam goreng sebagai menu utamanya. Namun banyaknya restoran cepat saji di Kota Padang sehingga timbul adanya pesaing-pesaing dari usaha sejenis yang telah duluan ada eksistensinya seperti KFC, McDonald's, A&W, dan Texas Fried Chicken, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa timbul persaingan yang sangat ketat bagi Richeese Factory.

Richeese Factory mempunyai 2 *outlet*, yang pertama Jl Jend. A Yani No.23, kp. Jao, kec. Padang barat, Kota Padang dan yang kedua terletak di Transmart Kota Padang, dan *outlet* kedua tersebut yang menjadi objek penelitian saya yaitu Transmart Kota Padang. Berikut adalah *review* pengalaman konsumen berbelanja di Richeese Factory Transmart Kota Padang.

Gambar 1. *Online review* konsumen Richeese Factory Transmart Kota Padang



Sumber : Google review/ 2023

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa pada pengalaman berbelanja di Richeese Factory terdapat beberapa *review* negatif konsumen selama berbelanja di Richeese Factory Transmart Kota Padang. Masih ada konsumen yang mendapatkan pengalaman berbelanja yang kurang memuaskan karena beberapa alasan seperti pelayanan yang terlalu lama, rasa ayamnya yang tidak enak *service quality* tidak ramah dan kebersihan restoran sangat buruk. Hal ini dapat menjadi pertimbangan konsumen yang mempunyai niat membeli kembali di Richeese Factory Trasmart Kota Padang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang Pengaruh *service quality* dan *food quality* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pelanggan restoran Richeese Factory Transmart Kota Padang.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat didefinisikan permasalahan yang ada sebagai berikut :

1. Richeese Factory Transmart Kota Padang masih kurang memperhatikan kebersihan area toko terutama bagian meja pelanggan.
2. Tidak sesuainya makanan yang diharapkan dengan yang di dapatkan, seperti ayam gorengnya terasa hangus.
3. Karyawan yang kurang empati terhadap konsumen.

4. Harga produk Richeese Factory lebih mahal dari pada pesaing lainnya.

C. Batasan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dalam hal ini penelitian membatasi masalah penelitian agar penelitian ini tidak meluas dan lebih fokus pada permasalahan yang akan dibahas serta tercapainya hasil yang diharapkan, maka penelitian perlu membuat batasan. Batasan yang dimaksud yaitu peneliti memfokuskan permasalahan pada Pengaruh *service quality* dan *food quality* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pelanggan restoran Richeese Factory Transmart Kota Padang.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sejauh mana pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang?
2. Sejauh mana pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang?
3. Sejauh mana pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang?
4. Sejauh mana pengaruh *food quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang?

5. Sejauh mana pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang?
6. Sejauh mana pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang yang dimediasi oleh *customer satisfaction* ?
7. Sejauh mana pengaruh *food quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang yang dimediasi oleh *customer satisfaction* ?

E. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang.
4. Untuk menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang.
5. Untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang.

6. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang yang dimediasi oleh *customer satisfaction*.
7. Untuk menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Richeese Factory Transmart Kota Padang yang dimediasi oleh *customer satisfaction*.

F. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat mengembangkan teori yang terkait dengan *repurchase intention* khususnya tentang Pengaruh *service quality* dan *food quality* terhadap *repurchase intention* dengan *customer satisfaction*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan ilmu tambahan serta pengalaman bagi penulis dalam penerapan teknik pemasaran yang didapat selama menempuh perkuliahan terutama ilmu dalam bidang manajemen yang terfokus dalam konsentrasi pemasaran.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kejelasan hasil dari variabel yang diteliti sehingga pada penelitian yang akan datang

penelitian ini dapat dijadikan sebagai gap research dengan topik yang relevan dan bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan serta lembaga terkait dengan penelitian ini guna membuat sebuah inovasi atau kebijakan terutama mengenai permasalahan dalam konteks pemasaran. Skripsi bisa digunakan menjadi bacaan dalam mempertimbangkan teknik- teknik pemasaran yang sesuai dan tepat serta menjadi evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja.