

**PENGARUH PERSEPSI ATAS *FOOD QUALITY* TERHADAP NIAT BELI
ULANG KONSUMEN *CALIFORNIA FRIED CHICKEN* SINGGASANA
BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:
Steven Arden
6031901043

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Terakreditasi Unggul oleh LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/
Bandung
2024**

**THE EFFECT OF CONSUMER'S PERCEPTION ON FOOD QUALITY
TOWARDS REPURCHASE INTENTION CONSUMER OF CALIFORNIA
FRIED CHICKEN SINGGASANA BANDUNG**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

By

Steven Arden

6031901043

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/
Bandung
2024**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI ATAS *FOOD QUALITY* TERHADAP NIAT BELI
ULANG KONSUMEN *CALIFORNIA FRIED CHICKEN* SINGGASANA
BANDUNG**

Oleh:

Steven Arden

6031901043

Bandung, Januari 2024

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Katga Fitriani, ST., MSM., CIPM.

Pembimbing Skripsi,

Dr. Istiharini, S.E., MM., CMA., CPM

Ko-pembimbing Skripsi,

Beby Nurtesha Putri, SE., MM.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Steven Arden
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 12 April 2001
NPM : 6031901043
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI ATAS *FOOD QUALITY* TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN *CALIFORNIA FRIED CHICKEN* SINGGASANA BANDUNG

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Istiharini, S.E., MM., CMA., CPM dan Beby Nurtesha Putri, SE., MM.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesajaranaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 7 Januari 2023
Pembuat pernyataan .



(Steven Arden)

ABSTRAK

Dunia kuliner sebagai salah satu industri yang cukup berkembang di Indonesia, khususnya pada industri kuliner makanan cepat saji. Namun dengan adanya perkembangan pada industri kuliner tersebut membuat para pelaku bisnis harus dapat berkompetitif agar mereka dapat bertahan dalam pasar yang cukup dinamis ini.

California Fried Chicken Singgasana Bandung adalah salah satu cabang restoran *California Fried Chicken* yang menyediakan makanan cepat saji yang menjadi makanan utamanya yaitu *fried chicken* yang menjadi salah satu makanan kegemaran masyarakat Indonesia, namun berdasarkan *preliminary research* yang dilakukan, penulis menemukan fenomena bahwa rendahnya niat beli ulang konsumen terhadap *California Fried Chicken* Singgasana Bandung yang disebabkan oleh *food quality* dengan dimensi rasa, warna, tekstur dan porsi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen atas *food quality California Fried Chicken* Singgasana Bandung dan pengaruh *food quality* terhadap niat beli ulang konsumen *California Fried Chicken* Singgasana Bandung. Analisis yang digunakan penulis adalah analisis regresi linear sederhana. Pada hasil analisis, penulis dapat menyimpulkan bahwa persepsi konsumen atas *Food quality* pada dimensi rasa, variasi menu, temperatur, penampilan, aroma, kesegaran belum memiliki persepsi positif dibenak konsumen, namun persepsi *food quality* tidak seluruhnya buruk karena, terdapat beberapa responden yang masih menjawab netral, setuju dan sangat setuju. Kemudian persepsi konsumen atas niat beli ulang masih belum memiliki persepsi yang positif dibenak konsumen, namun tidak seluruhnya buruk karena masih ada responden yang menjawab netral, setuju dan sangat setuju. Dalam penelitian ini *food quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen *California Fried Chicken Singgasana* Bandung, dengan kontribusi sebesar 60.5% dan sisanya sebesar 39.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Maka dari itu penulis memiliki harapan bahwa *California Fried chicken* Singgasana Bandung dapat memberikan perbaikan pada dimensi *food quality* dengan pelatihan pada karyawan, dan pemilihan bahan makanan yang baik dan segar sehingga mendapatkan rasa dan penampilan yang maksimal.

Kata Kunci : *Food Quality*, Niat Beli Ulang, *California Fried Chicken* Singgasana

ABSTRACT

The culinary world is a rapidly evolving industry in Indonesia, especially in fast-food culinary sector. However with the growth of culinary industries could make business owner become more competitive, so they can survive in this market.

California Fried Chicken Singgasana Bandung is one of branch of California Fried Chicken chain, specializes in fast food, with the core product fried chicken as its flagship item—a favorite among Indonesian consumers. However, from writer preliminary research showed a phenomenon of low repurchase intentions due to perceived food quality issues, caused of dimension taste, temperature, aroma, freshness, menu variation, appearance.

The purpose of this study aims to know consumer perceptions of the food quality at California Fried Chicken Singgasana Bandung, consumer percetions of repurchase intention at California Fried Chicken Singgasana Bandung, and the impact of food quality on repurchase intentions consumer California Fried Chicken Singgasana Bandung. The analysis that used by writer in this research is simple linear regression. The result said that consumer perceptions of food quality for dimensions taste, menu variety, temperature, appearance, aroma, and freshness, have not yet a positive image among consumers. However, it is not all perceptions are negative, because some respondents said neutral, agreeable, or highly agreeable views. Similarly, consumer perceptions of repurchase intentions still have not a positive views from consumer, but is not all percetions are negative because, some respondents said neutral, agreeable, and highly agreeable responses. The study said food quality has a significant and positive impact on consumer repurchase intentions at California Fried Chicken Singgasana Bandung, the contributions is 60.5%, while the remaining 39.5% is influenced by other factors that has not written in this research.

So the writer has a hope that California Fried Chicken Singgasana Bandung can enhance food quality dimensions through employee training, so the employee can make a good dishes and the selection of high-quality, fresh ingredients to achieve optimal taste and appearance.

Keywords : Food Quality, Repurchase Intentions, California Fried Chicken Singgasana

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha ESA, atas karunia yang telah diberikan selama perjalanan penulis Menyusun skripsi ini. Dalam kesempatan ini, dengan rasa syukur, penulis menyampaikan kata pengantar sebagai bagian dari skripsi yang berjudul “Pengaruh Atas *Food Quality* Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen *California Fried Chicken* Singgasana Bandung” dalam menyelesaikan studi program sarjana di Universitas Katolik Parahyangan. Penulis tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang turut berperan dalam membantu penulis menyelesaikan perjalanan akademik ini. Oleh karena itu, dengan rendah hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Selaku dosen pembimbing penulis Ibu Istiharini dan ko-pembimbing Ibu Beby Putri , atas bimbingan, arahan dan kesabaran Ibu dalam membimbing penulis dari tahap awal hingga akhir.
2. Keluarga, kepada orangtua dan kakak penulis yang selalu memberikan dukungan berupa doa dan semangat kepada penulis.
3. Tim Aligator sebagai teman tim basket unpar yang selalu mendukung penulis baik di dalam akademik dan di luar akademik.

Penulis menyadari akan kekurangan dari penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat menerima segala kritik dan masukan dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat, serta bagi perusahaan.

Terimakasih

Bandung, 7 Januari 2024



Steven Arden

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
1.6 Hipotesis Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Persepsi Konsumen.....	11
2.2 Restoran	11
2.2.1 Atribut Restoran	12
2.3 Food Quality	13
2.4 Niat Beli Ulang	17
Sumber : Olahan Penulis	
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	19
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	20
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	21
3.4 Opersionalisasi Variabel	22
3.5 Teknik Analisis Data	25
3.5.1 Analisis Data Secara Kuantitatif.....	25
3.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	25
3.6 Pengukuran Variabel.....	26
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas	27
3.7.1 Uji Validitas.....	27
3.7.2 Uji Realibilitas	28
3.8 Objek Penelitian.....	28

3.8.1	Profil Perusahaan	28
3.8.2	Profil Responden	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Hasil Analisis Kualitatif Variabel Penelitian Persepsi Pada Variabel X.....	34
4.1.1	Hasil Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi <i>Food Quality</i>	34
4.2	Hasil Analisis Kualitatif Variabel Penelitian Persepsi Pada Variabel Y.....	37
4.2.1	Hasil Analisis Persepsi Konsumen Pada Dimensi Niat Beli Ulang	37
4.4	Hasil Analisis Kuantitatif	38
4.4.1	Uji Asumsi Klasik	38
4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel X Terhadap Variabel Y	40
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		43
5.1	Kesimpulan.....	43
5.2	Saran	43
Daftar Pustaka		45
Lampiran.....		49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2013-2023.....	1
Gambar 1.2 10 Restoran Dengan Nilai Penjualan Tertinggi di Indonesia 2021	2
Gambar 1. 3 Skala Tingkat Niat Beli Ulang pada CFC Singgasana Bandung	4
Gambar 1. 4 Alasan Responden Tidak Mau Melakukan Pembelian Ulang	5
Gambar 1. 5 Gambaran Makanan yang Dipesan oleh Penulis di CFC Singgasana Bandung.....	6
Gambar 1. 6 Review Konsumen Go-Food CFC Singgasana	7
Gambar 1. 7 Model Kerangka Penelitian	10
Gambar 3. 1 Tempat Tinggal Responden.....	29
Gambar 3. 2 Kriteria Responden yang sudah pernah membeli produk CFC Singgasana	30
Gambar 4. 1 Makanan CFC Singgasana Bandung yang Penulis Observasi.....	33
Gambar 4. 2 <i>Review</i> pada dimensi <i>food quality</i> CFC Singgasana Bandung	35
Gambar 4. 3 Hubungan Uji Normalitas.....	38
Gambar 4. 4 Scatterplot Uji Normalitas	39
Gambar 4. 5 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Perhari Pada 5 Cabang CFC di Kota Bandung	3
Tabel 2. 1 <i>Food Quality</i> menurut jurnal	16
Tabel 2. 2 Niat Beli Ulang menurut Jurnal	18
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel <i>Food Quality</i>	22
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Niat Beli Ulang	24
Tabel 3. 3 Skor Skala <i>Semantic Differential</i>	26
Tabel 3. 4 Pembobotan Kuesioner Variabel Niat Beli Ulang (Y)	26
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Variabel X dan Y Mengenai Produk CFC Singgasana Bandung	27
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Pernyataan Kuesioner Variabel X dan Y Produk CFC Singgasana Bandung	28
Tabel 4. 1 Rata-rata jawaban responden terhadap variabel <i>food quality</i>	34
Tabel 4. 2 Rata-rata hitung jawaban responden pada variabel niat beli ulang	37
Tabel 4. 3 Model summary Variabel X terhadap Variabel Y	40
Tabel 4. 4 Coefficients (T-test) Variabel X terhadap Variabel Y	41

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang memiliki daya tarik sendiri, bagi setiap penggemarnya. Bisnis kuliner memiliki banyak jenis mulai dari, jajanan pasar, *frozen food*, *dessert* kekinian, camilan kering, aneka gorengan, minuman kekinian, kedai kopi, *fast food*, makanan tradisional dan warung nasi (Ahdiat, 2023). Bisnis kuliner merupakan bisnis yang memiliki banyak peluang untuk menghasilkan keuntungan, sehingga muncul banyak pesaing-pesaing yang membuka bisnis kuliner (Lusiana, 2023) Waralaba merupakan jenis usaha yang melakukan kerja sama dengan membagi hasil sesuai kesepakatan untuk mendapatkan hak kelola sebuah *brand* termasuk operasional dan pemasarannya. Tentu dengan adanya bisnis kuliner, para pelaku usaha ingin mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin dengan memberikan *value* kepada konsumen.

Gambar 1. 1

Grafik Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2013-2023

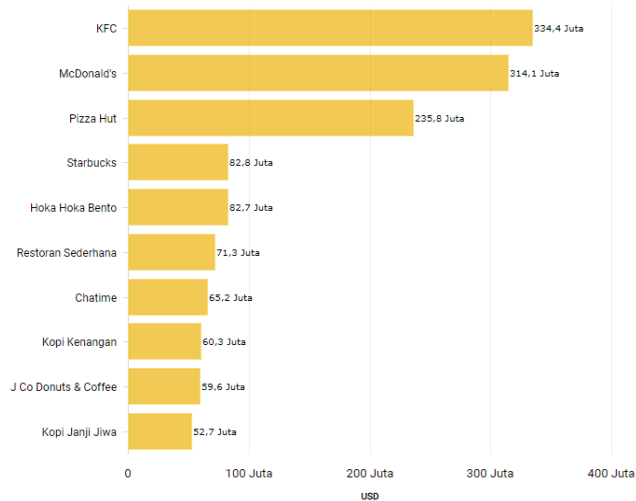


Sumber : (Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 – 2023, 2023)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas pertumbuhan industri kuliner mengalami naik turun dari tahun 2013 hingga tahun 2017, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2019 – 2020 karena adanya pandemi *Covid-19*. Kemudian industri makanan dan minuman mengalami kenaikan dari tahun 2020 – 2023. Naiknya kembali industri

makanan dan minuman, dapat disebabkan oleh tingginya minat para pelaku bisnis terhadap *industri* makanan dan minuman.

Gambar 1.2
10 Restoran Dengan Nilai Penjualan Tertinggi di Indonesia 2021



Sumber : Databoks (2023)

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, dapat dilihat terdapat 5 restoran makanan cepat saji yang menduduki peringkat teratas, kemudian dua teratas merupakan makanan cepat saji yang menjual makanan berupa *fried chicken*, kentang dan burger. Data tersebut menunjukkan bahwa banyak orang Indonesia yang memiliki kecenderungan untuk membeli makanan cepat saji dibandingkan makanan lainnya. Restoran cepat saji berkembang dengan pesat di era sekarang ini, karena adanya minat yang tinggi dari konsumen. Namun tidak semua merk makanan cepat saji yang beroperasi di Indonesia mendapatkan respon yang baik dari para penggemar makanan cepat saji

Salah satu restoran cepat saji di Kota Bandung yaitu restoran *California Fried Chicken*, restoran tersebut memiliki berbagai cabang tersebar di Kota Bandung dengan total 30 gerai. *California Fried Chicken* merupakan restoran cepat saji yang menyajikan ayam goreng, burger, kentang, dan minuman. Maka dari itu penulis melakukan wawancara terhadap beberapa cabang restoran cepat saji *California Fried Chicken* yang ada di Bandung.

Tabel 1. 1
Jumlah Pengunjung Perhari Pada 5 Cabang CFC di Kota Bandung

CFC	
CFC Singgasana	15
CFC BEC	50
CFC Yogya Kepatihan	80
CFC Paskal 23	50
CFC Kopo Sayati	40

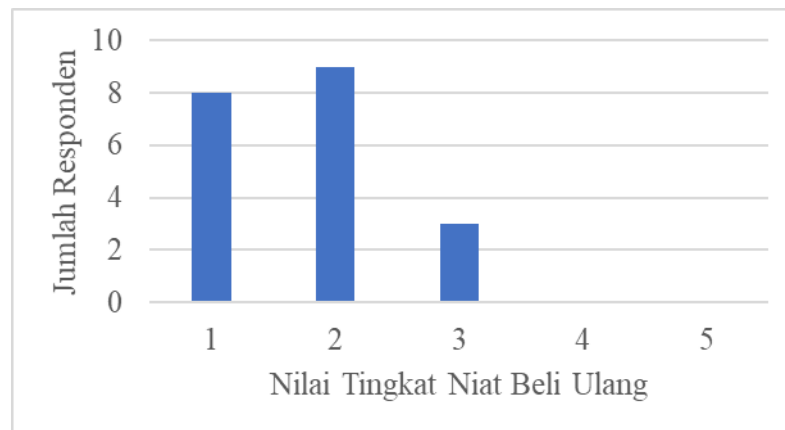
Sumber : Hasil Wawancara Penulis

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, penulis melakukan *preliminary research* sederhana pada 5 cabang CFC di Kota Bandung dengan melakukan wawancara singkat pada beberapa pegawai *California Fried Chicken* yang ada di Bandung. Pada tanggal 4 Juli 2023 penulis mengunjungi CFC Singgasana dengan jumlah konsumen perhari sebanyak 15, kemudian CFC BEC memiliki jumlah pelanggan perhari sebanyak 50 konsumen, CFC Yogya Kepatihan dengan sebanyak sekitar 80 konsumen, CFC Paskal 23 memiliki konsumen sebanyak 50 konsumen, terakhir CFC Kopo Sayati dengan jumlah sekitar 40 pengunjung perhari. Berdasarkan data pada tabel 1.1, CFC Singgasana Bandung memiliki jumlah konsumen per hari yang paling rendah dibandingkan dengan gerai CFC lainnya di Kota Bandung. Maka dari itu penulis tertarik untuk menjadikan CFC Singgasana Bandung sebagai objek penelitian

Penulis melakukan wawancara dengan pegawai yang berjaga pada saat penulis berkunjung, pegawai tersebut mengatakan bahwa CFC Singgasana Bandung sepi akan pengunjung setiap harinya. Pegawai tersebut mengatakan jumlah pengunjung tidak menentu setiap harinya, pada saat penulis berkunjung beliau mengatakan baru 10 konsumen yang membeli dari pagi. Hampir seluruh konsumen dan kebanyakan dari konsumen tersebut berasal dari pesanan *online* atau pesananan untuk dibawa pulang. Pegawai tersebut mengatakan sangat jarang ada konsumen yang memutuskan untuk

makan di tempat, hampir seluruh konsumen melakukan pembelian untuk dibawa pulang atau melakukan pembelian menggunakan ojek *online*.

Gambar 1. 3
Grafik Niat Beli Ulang pada CFC Singgasana Bandung

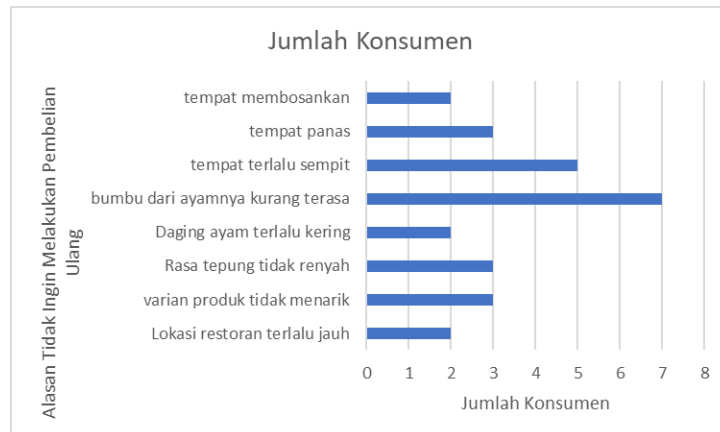


Sumber : Olahan Penulis

Penulis melihat bahwa, restoran *California Fried Chicken* Singgasana Bandung sangat sepi setiap harinya, sehingga penulis memutuskan untuk melakukan *preliminary research* dengan melakukan wawancara kepada 20 responden yang sudah pernah membeli produk dari *California Fried Chicken* Singgasana Bandung untuk mengetahui tingkat niat beli ulang dari konsumen *California Fried Chicken* Singgasana Bandung. Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis, penulis mendapati bahwa dari 20 orang yang pernah membeli produk *California Fried Chicken*, menunjukkan bahwa terdapat 8 responden memilih skala 1 yang menunjukkan sangat tidak setuju untuk melakukan pembelian ulang, 9 responden memilih skala 2 yang menunjukkan tidak setuju untuk melakukan pembelian ulang, 3 responden memilih skala 3 yang menunjukkan netral, 0 responden yang memilih skala 4 yang menunjukkan setuju untuk melakukan pembelian ulang dan 0 responden yang memilih skala 5 yang menunjukkan sangat setuju untuk melakukan pembelian ulang. Kemudian berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis menanyakan kembali mengapa para konsumen yang memilih nilai 1 dan 2 merasa sangat tidak setuju dan tidak setuju untuk melakukan

pembelian ulang terhadap produk *California Fried Chicken* Singgasana Bandung, dengan alasan sebagai berikut :

Gambar 1. 4
Alasan Responden Tidak Mau Melakukan Pembelian Ulang



Sumber : Olahan Penulis

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, penulis mendapati bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk tidak melakukan pembelian ulang terhadap produk CFC Singgasana Bandung. Berdasarkan faktor-faktor yang menjadi masalah tersebut yaitu, kurangnya kualitas makanan dan suasana tempat dari CFC Singgasana Bandung yang membuat konsumen tidak tertarik untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan adanya faktor-faktor yang penulis temukan pada gejala yang ada, dapat dilihat yang menjadi permasalahan utama adalah pada kualitas makanan dan suasana tempat *California Fried Chicken* Singgasana Bandung. Namun penulis melakukan wawancara kembali dengan pihak CFC Singgasana Bandung untuk mengetahui apakah pihak CFC Singgasana ingin melakukan perbaikan pada suasana toko dengan situasi toko yang terbatas. CFC Singgasana Bandung memiliki luas toko yang kecil, sehingga penulis merasa penelitian akan variabel suasana toko akan kurang bermanfaat bagi restoran. Sedangkan untuk bagian dimensi *food quality* pihak restoran masih dapat memperbaiki dari segi persiapan pembuatan makanan dan penyajian kepada konsumen.

Penulis memutuskan melanjutkan untuk melakukan pengamatan terhadap *food quality* pada CFC Singgasana Bandung, dengan membeli beberapa makanan CFC Singgasana Bandung. Berikut merupakan kondisi kualitas makanan *California Fried Chicken* Singgasana Bandung yang telah penulis observasi:

Gambar 1. 5

Gambaran Makanan yang Dipesan oleh Penulis di CFC Singgasana Bandung

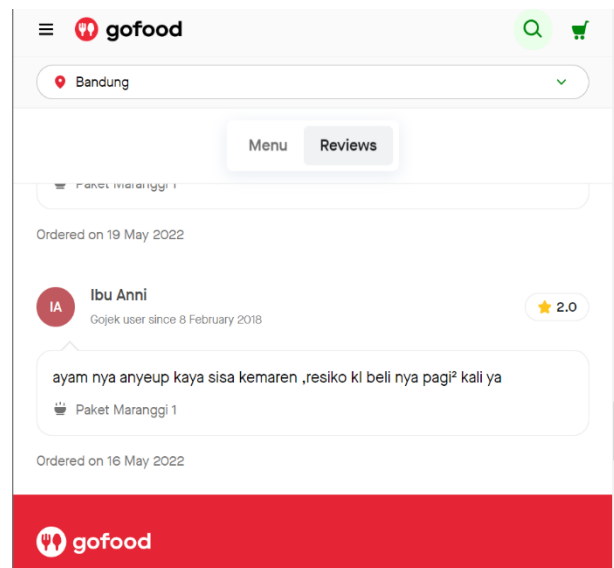


Sumber : Olahan Penulis

Penulis memesan makanan berupa ayam goreng dan *burger* di CFC Singgasana Bandung, berdasarkan yang penulis rasakan ayam yang diterima sudah dalam keadaan dingin dan kulit ayam sudah tidak renyah, kemudian burger yang diterima penulis berwarna pucat dan keju sudah kering seperti yang ada pada gambar diatas. Kualitas makanan merupakan sebuah karakteristik yang menunjukkan bahwa suatu makanan itu layak untuk dikonsumsi dan memiliki kualitas untuk konsumen. Kualitas makanan merupakan salah satu strategi pemasaran untuk mendatangkan dan mempertahankan konsumen dengan mengalami kesan yang memuaskan dan menyenangkan saat mengonsumsi sebuah makanan (Zhong & Moon, 2020). Maka dari itu CFC Singgasana harus lebih lagi memperhatikan kualitas makanan mereka.

Kemudian untuk mendukung *preliminary research* yang dilakukan penulis, penulis melakukan pengamatan pada *review* makanan pada aplikasi GO-FOOD. Penulis mendapatkan beberapa keluhan pada kualitas makanan *California Fried Chicken* Singgasana Bandung seperti :

Gambar 1. 6
Review Konsumen Go-Food CFC Singgasana



Sumber : *Go-Food* CFC Singgasana Bandung (2023)

Berdasarkan ulasan yang diberikan konsumen pada restoran CFC Singgasana Bandung yang ada di aplikasi GO-Food, ada beberapa ulasan yang diberikan oleh konsumen seperti, mengeluhkan bau dari makanan yang disajikan tidak sedap, makanan yang disajikan tidak segar, seperti sisa makanan kemarin.. Berdasarkan hasil *review* konsumen pada aplikasi Go-Food, penulis merasa kualitas makanan yang disajikan oleh CFC Singgasana Bandung kurang baik. Maka dari itu penulis memutuskan untuk

mengambil topik : “Pengaruh Persepsi Atas *Food Quality* terhadap Niat Beli Ulang Konsumen *California Fried Chicken* Singgasana Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen atas *food quality California Fried Chicken* Singgasana Bandung ?
2. Bagaimana persepsi konsumen atas niat beli ulang *California Fried Chicken* Singgasana Bandung ?
3. Bagaimana pengaruh *food quality* terhadap niat beli ulang *California Fried Chicken* Singgasana Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk :

1. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen atas *Food Quality California Fried Chicken* Singgasana Bandung.
2. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen atas niat beli ulang *California Fried Chicken* Singgasana Bandung.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh *food quality* *California Fried Chicken* Singgasana Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi *California Fried Chicken* Singgasana Bandung
Untuk membantu menemukan permasalahan yang ada di *California Fried Chicken* Singgasana Bandung dan membantu memberikan solusi atas permasalahan yang ada.
2. Bagi Penulis
Untuk membantu penulis menambah wawasan yang lebih dalam mengenai teori pemasaran khususnya *Food Quality*
3. Bagi Penelitian Selanjutnya
Untuk dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi konsumen bayangan yang ada di benak konsumen dan tidak bergantung pada rangsangan fisik saja, tetapi segala sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dengan individu.

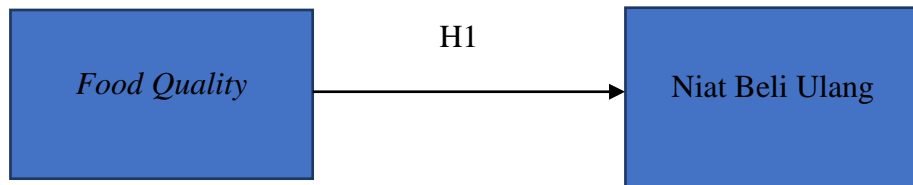
Menurut (Potter & Hotchkiss, 1998), *food quality* atau kualitas makanan merupakan sesuatu karakteristik makanan yang memiliki standar dari batasan yang dapat diterima oleh konsumen. Karakteristik tersebut dapat berupa rasa, warna, aroma, bentuk, dan porsi. Kualitas makanan menjadi peran yang utama sebagai salah satu senjata untuk bersaing dengan pesaingnya. Dengan demikian kualitas makanan merupakan salah satu cara yang menjadi utama untuk kesuksesan restoran.

Menurut Megantara (2016), niat beli ulang merupakan tindakan konsumen yang memiliki niat untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk yang pernah ia beli sebelumnya. Dalam proses pembelian, niat beli atau niat beli ulang berkaitan erat dengan suatu alasan seorang konsumen dalam menggunakan suatu produk tersebut, sehingga konsumen akan melakukan pembelian produk yang relevan dengan kebutuhan mereka. (Kotler, 2016). Setiap konsumen memiliki alasan yang berbeda, konsumen akan memilih produk yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan mereka.

Berdasarkan preliminary research yang dilakukan penulis, terdapat masalah pada *Food Quality* yang menyebabkan rendahnya niat beli ulang konsumen terhadap restoran makanan cepat saji *California Fried Chicken* Singgasana Bandung.

Berdasarkan teori diatas, adanya masalah dari *Food Quality* maka dari itu penulis mengembangkan model penelitian sebagai berikut :

Gambar 1. 7
Model Kerangka Penelitian



1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis dapat menarik hipotesis sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh positif *food quality* terhadap niat beli ulang konsumen *California Fried Chicken* Singgasana Bandung