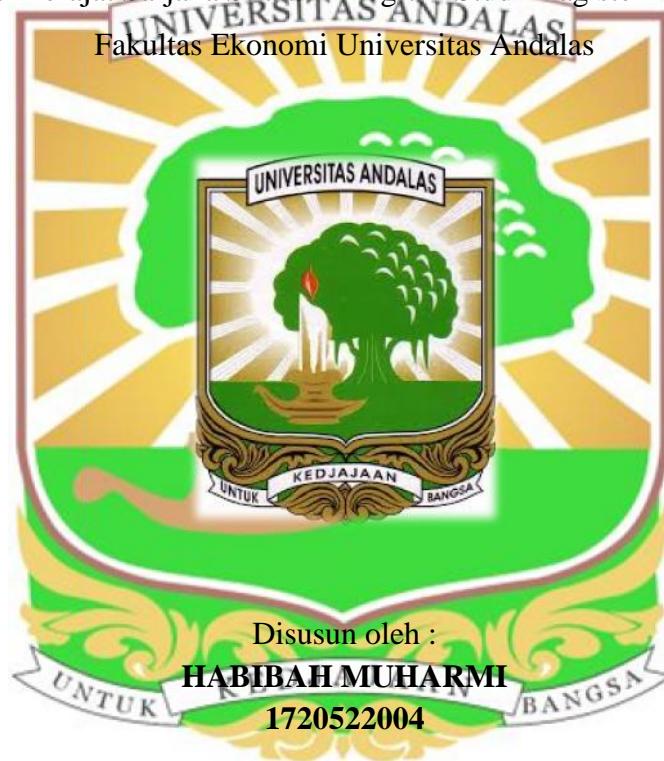


**PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, DAN PERCEIVED
VALUE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS DENGAN CONSUMER
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Konsumen Rimbun Espresso and Brew Bar di Kota Padang)

TESIS

Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Strata-2 Program Studi Magister Manajemen



Pembimbing :
Dr. DESSY KURNIA SARI , SE , M. Bus

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS
OKTOBER 2019**

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, AND PERCEIVED VALUE ON THE BEHAVIORAL INTENTIONS WITH CONSUMER SATISFACTION AS A VARIABLE MEDIATING AT COFFEE SHOP RIMBUN ESPRESSO AND BREW BAR IN PADANG

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of Service Quality, Food Quality, and Perceived Value on Behavioral Intention with Consumer Satisfaction as Mediation Variables at Rim bun Espresso Coffee Shops and Brew Bars in Padang City. To determine the sample in this study using purposive sampling criteria, coffee customers were confused. This uses a sample size of 220 respondents obtained from the hair method. This research uses descriptive quantitative method with SEM analysis which is assisted by PLS software. The results of this study reveal that Service Quality, Food Quality, Perceived Value has a positive and significant effect on Behavioral Intentions with Consumer Satisfaction as a Mediation Variable. From the R² value obtained 68% This means that all independent variables explain 68% of the dependent variable. While the rest is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : *Service Quality, Food Quality, Perceived Value, Behavioral Intentions, Consumer Satisfaction*



PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS DENGAN CONSUMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA KONSUMEN RIMBUN ESPRESSO AND BREW BAR DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value* terhadap *Behavioral Intentions* dengan *Consumer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada *Coffee Shop* Rimbun Espresso and Brew Bar di Kota Padang Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan kriteria *purposive sampling* adalah pelanggan kopi Rimbun Penelitian ini menggunakan sampel ukuran 220 responden yang diperoleh dari metode hair. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis SEM yang dibantu oleh perangkat lunak PLS. Hasil penelitian ini mengungkapkan *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intentions* dengan *Consumer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi Dari nilai R^2 diperoleh 68 % Ini berarti bahwa semua variabel independen menjelaskan 68 % dari variabel dependen. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value*, *Behavioral Intentions*, *Consumer Satisfaction*

