

ABSTRAK

Perkembangan restoran cepat saji di Indonesia semakin meningkat. Diawali dengan munculnya restoran cepat saji terbesar didunia yang mendirikan gerainya di Indonesia, salah satunya yaitu KFC (*Kentucky Fried Chicken*). KFC sebagai penguasa pangsa pasar dengan gerai terbanyak di Indonesia tidak disertai dengan peningkatan *top brand image* yang justru mengalami penurunan selama 2 tahun belakang.

Penelitian ini menggunakan SEM-PLS untuk mengetahui hubungan antara *service performance* yang terdiri dari *service quality*, *food quality*, dan *price value ratio* terhadap *customer satisfaction* dan dampaknya pada *behavioral intention* pelanggan KFC di Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada seluruh pelanggan KFC di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert* dan teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *quota sampling*. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Model* yang diolah menggunakan SmartPLS versi 3.0.

Hasil penelitian menyatakan bahwa *service quality*, *food quality*, dan *price value ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Service quality* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*, dan *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*. Saran bagi perusahaan yaitu dalam meningkatkan *behavioral intention* pelanggan, maka perusahaan perlu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas layanannya dikarenakan memiliki nilai *Importance Performance Map Analysis* (IPMA) lebih tinggi dibanding variabel lainnya dalam penelitian ini. Saran bagi akademis yaitu model ini hanya mampu mengukur *behavioral intention* sebesar 60,5% dan *customer satisfaction* sebagai mediator sebesar 79,9%, sehingga perlu menambahkan variabel lain seperti *ambience quality* yang diteliti oleh Ramanathan et al (2016).

Kata kunci: *Behavioral intention*, *Customer satisfaction*, *Fast food*, SEM-PLS, *Service performance*.