

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *utilitarian value & hedonic value* terhadap *customer satisfaction & behavioral intentions* pada restoran konsep *fast-casual*. Objek yang diambil adalah Restoran Carl's Jr Surabaya, Indonesia.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah 235 responden yang pernah berkunjung, membeli dan bersantap di restoran Carl's Jr Surabaya minimal 6 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melalui pengujian secara statistik. Analisis dalam penelitian ini menggunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) dan diolah dengan menggunakan software SPSS 21 dan Amos 21 untuk menguji model pengukuran dan model struktural.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *utilitarian value & hedonic value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Restoran Carl's Jr Surabaya. Sementara itu, *utilitarian value & hedonic value* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intentions* pada Restoran Carl's Jr Surabaya. *Hedonic value* berpengaruh lebih kuat terhadap *customer satisfaction* dibandingkan *utilitarian value* di Restoran Carl's Jr Surabaya. Selain itu, hipotesis yang menyatakan bahwa *utilitarian value* memiliki pengaruh lebih kuat terhadap *behavioral intentions* dibandingkan *hedonic value* di Restoran Carl's Jr tidak terbukti.

Kata kunci: *Utilitarian Value, Hedonic Value, Customer Satisfaction, Behavioral Intentions*.

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the influence of utilitarian value and hedonic value on customer satisfaction and behavioral intentions in the fast-casual restaurant concept. The object is taken from Carl's Jr. Restaurant Surabaya, Indonesia.

The data used in this study are primary data obtained from questionnaires. Respondents in this study were 235 respondents who had been, bought and dine at the restaurant Carl's Jr Surabaya at least in the last 6 months. The sampling technique of this study was non-probability sampling. This study used a quantitative approach through the statistical analysis. The analysis in this study used a model of Structural Equation Modeling (SEM) and is processed by using SPSS 21 and Amos 21 to test the measurement and structural model.

The result of this study indicate that the utilitarian value and hedonic value has a significant effect on customer satisfaction at Carl's Jr Restaurant Surabaya. Meanwhile, the utilitarian value and hedonic value did not have a significant effect on behavioral intentions on Carl's Jr Restaurant Surabaya. Hedonic value has a stronger influence on customer satisfaction than utilitarian value at Carl's Jr. Restaurants Surabaya. Besides, the hypothesis which stated that utilitarian value has a stronger influence on behavioral intentions than hedonic value in Restaurants Carl's Jr is not proven.

Keywords: Utilitarian Value, Hedonic Value, Customer Satisfaction, Behavioral Intentions.