

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai Pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan, persepsi harga di restoran cepat saji terhadap niat berperilaku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan, dan persepsi harga, terhadap niat berperilaku. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Restoran Cepat Saji KFC di Yogyakarta. Penelitian ini kuantitatif. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data ini adalah kuisisioner. Responden dalam penelitian adalah 120 orang yang pernah berkunjung ke restoran cepat saji KFC di Yogyakarta. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SPSS 23, dimana model konseptual didalam penelitian ini memiliki tiga dependen, dan satu independen. Hasil dari penelitian ini, terdapat pengaruh signifikan kualitas makanan dan harga/nilai terhadap niat berperilaku. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas makanan dan harga/nilai dari suatu restoran cepat saji maka semakin tinggi pula niat berperilaku. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi restoran cepat saji untuk meningkatkan niat berperilaku.

Keywords: Persepsi, Layanan, Niat Berperilaku, Loyalitas Konsumen