

**PENGARUH *ENVIRONMENTAL AESTHETIC, FOOD & BEVERAGE QUALITY*, DAN *EMPLOYEE SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DI UMB BOGA**

(Studi Empiris Pada Pelanggan UMB Boga)

***THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL AESTHETIC, FOOD & BEVERAGE QUALITY, AND EMPLOYEE SERVICE QUALITY ON CUSTOMER PERCEIVED VALUE AT UMB BOGA***

(*Empirical Study of UMB Boga Customers*)



**Disusun Oleh:**

Lukky Dwi Hernawa Putra

(20190410399)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

## Pernyataan

Dengan ini Saya,

Nama : Lukky Dwi Hernawa Putra

NIM : 20190410399

Prodi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH *ENVIRONMENTAL AESTHETIC, FOOD & BEVERAGE QUALITY*, DAN *EMPLOYEE SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DI UMB BOGA**

Menyatakan bahwa tidak ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang meliputi pendapat atau karya yang sudah diterbitkan oleh orang lain, Kecuali yang secara tertulis telah dicantumkan dalam naskah ini yang telah disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat plagiarisme dari penelitian terdahulu maka penulis bersedia karya ini untuk di batalkan.

Yogyakarta, 14 November 2023



(Lukky Dwi Hernawa Putra)

## MOTO

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan apa sesuai dengan kesanggupannya”*

(Al-Baqarah:286)

*“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu”*

(Q.S Al-Hujurat : 6)

*“Gagal hanya terjadi ketika kita menyerah”*

(B.J Habibie)

*“Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang pintar. Orang yang selalu meraih kesuksesan adalah orang yang gigih dan pantang menyerah”*

(Susi Pudjiastuti)

*“Ketika kamu tidak bisa menjadi yang terbaik setidaknya cobalah untuk menjadi yang paling berbeda”*

(Raditya Dika)

*“The greatest glory in living lies not in never falling, but in raising everytime we fall”*

(Nelson Mandela)

*“Life is like riding a bicycle. To keep your balance, you must keep moving”*

(Albert Einstein)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi kemudahan, karunia dan rahmat dalam segala proses penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Environmental Aesthetic, Food & Beverage Quality*, dan *Employee Service Quality* terhadap *Customer Perceived Value* di UMB Boga”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat wajib untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tanpa adanya dukungan dari beberapa pihak, penulis tidak akan mampu untuk menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA yang telah memberi arahan dan petunjuk dalam menyelesaikan studi.
2. Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu ibu Sri Handari Wahyuningsih, SE., MSi yang telah memberi bimbingan dan segala kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. E Ika Nurul Qamari, SE., M.Si. dengan penuh kesabaran memberikan masukan, bimbingan, dan ilmu yang bermanfaat selama proses penyusunan skripsi sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa halangan apapun.
4. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan do’a, dukungan, dan perhatian kepada saya.
5. Semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kemudahan kepada saya

Penulis menyadari bahwa selama skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu maka saya memohon kritik dan saran pembaca agar saya dapat memperbaikinya dikemudian hari.

Penulis



(Lukky Dwi Hernawa Putra)

# DAFTAR ISI

MOTO.....	IV
ABSTRAK.....	V
ABSTRACT.....	VI
KATA PENGANTAR .....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Orisinalitas Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Customer Perceived Value</i> .....	7
2. <i>Environmental Aesthetic</i> .....	9
3. <i>Food &amp; Beverage Quality</i> .....	11
4. <i>Employee Service Quality</i> .....	13
B. Pengembangan Model Empiris dan Hipotesis Penelitian .....	18
1. Pengaruh <i>Environmental Aesthetic</i> Terhadap <i>Customer Perceived Value</i> .....	18
2. Pengaruh <i>Food &amp; Beverage Quality</i> Terhadap <i>Customer Perceived Value</i> .....	20
3. Pengaruh <i>Employee Service Quality</i> terhadap <i>Customer Perceived Value</i> .....	22
C. Kerangka Berfikir .....	24
BAB III METODE PENELITIAN .....	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	26
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	27
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian & Pengukurannya.....	27

E.	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	31
1.	Data Penelitian .....	31
2.	Pengumpulan Data .....	31
F.	Uji Kualitas Instrument.....	31
1.	Uji Validitas .....	31
2.	Uji Reliabilitas.....	32
G.	Teknik Analisis Data.....	33
1.	Analisis Statistik Deskriptif .....	33
2.	Uji Asumsi Klasik .....	33
3.	Regresi Linear Berganda.....	34
Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
A.	Gambaran Umum Objek dan Hasil Pengumpulan Data .....	38
1.	Gambaran Umum Objek .....	38
2.	Hasil Pengumpulan Data.....	41
B.	Uji Kualitas Instrumen.....	46
1.	Uji Validitas .....	46
2.	Uji Reliabilitas.....	48
C.	Uji Asumsi Klasik.....	49
1.	Uji Normalitas .....	49
2.	Uji Multikolinearitas .....	51
3.	Uji Heteroskedastisitas .....	52
D.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
1.	Persamaan Regresi .....	53
2.	Uji Parsial (Uji T).....	54
3.	Uji Simultan (Uji F) .....	56
4.	Koefisiensi Determinasi ( <i>adjusted R2</i> ) .....	57
E.	Pembahasan.....	58
1.	Pengaruh <i>Environmental Aesthetic</i> terhadap <i>Customer Perceived Value</i> pada pelanggan di UMB Boga.....	58
2.	Pengaruh <i>Food &amp; Beverage Quality</i> Terhadap <i>Customer Perceived Value</i> pada pelanggan di UMB Boga.....	59
3.	Pengaruh <i>Employee Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Perceived Value</i> pada pelanggan di UMB Boga.....	60

Bab V KESIMPULAN DAN SARAN .....	62
A. Kesimpulan .....	62
B. Keterbatasan Penelitian.....	62
C. Saran .....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	23
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir .....	24
Gambar 4.1 Logo UMB Boga.....	38
Gambar 4.2 UMB Boga .....	39
Gambar 4.3 Menjaga Kehigienisan Makanan.....	40



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator.....	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Usia Responden .....	42
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	43
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	44
Tabel 4.5 Uji Statistik Deskriptif .....	45
Tabel 4.6 Rekapitulasi Data Uji Validitas Variabel.....	47
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.8 Uji Kolmogorov Smirnov .....	50
Tabel 4.9 Uji Multi Kolinearitas .....	51
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas .....	52
Tabel 4.11 Regresi Linear Berganda .....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.14 Uji Koefisiensi Determinasi.....	57