

ABSTRAK

Pengolahan makanan dan minuman adalah salah satu industri yang unggul di Indonesia, dimana terdapat sejumlah besar perusahaan yang bersaing untuk memperebutkan pangsa pasar. Salah satu bisnis yang bernaung dibawah industri makanan dan minuman adalah bisnis restoran cepat saji. Salah satu segmen yang menonjol dalam industri ini adalah bisnis restoran cepat saji, yang secara khusus memfokuskan pada penyediaan makanan dan minuman dengan pelayanan yang efisien dan penyajian dalam waktu singkat. Fenomena ini tercermin dalam meningkatnya permintaan konsumen Indonesia terhadap produk makanan cepat saji, yang telah memperketat persaingan di sektor makanan dan minuman, terutama pada merek-merek seperti McDonald's. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh *perceived service quality*, *perceived value* dan *user engagement* restoran cepat saji McDonald's di Semarang terhadap *customer Loyalty* melalui *customer experience* sebagai variable intervening.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen dan sudah membeli produk McDonald's yang berdomisili di kota Semarang. Sebanyak 136 responden digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan alat analisis Structural Equation Modeling (SEM) melalui AMOS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived service quality* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel *customer experience*, *perceived value* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *customer experience*, *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *user engagement*, *customer experience* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel *user engagement*, *user engagement* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *customer loyalty*, dan *customer experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *customer loyalty*.

Kata Kunci: *Perceived Service Quality*, *Perceived Value*, *User Engagement*, *Customer Experience*, *Customer Loyalty*.