



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

ANALISIS PENGARUH *ATMOSPHERE, FOOD QUALITY, QUALITY OF INTERACTION, DAN PERCEIVED PRICE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA

TELAAH PADA RESTORAN SALT GRILL JAKARTA

SKRIPSI



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Nathasia

13130110029

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Nathasia
Nomor Induk Mahasiswa : 13130110029
Fakultas / Jurusan : Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Atmosphere*, *Food Quality*,
Quality of Interaction, dan *Perceived Price* Terhadap
Repurchase Intention Melalui *Customer Satisfaction*
Telaah pada Restoran Salt Grill Jakarta
Dosen Pembimbing : Trihadi Pudiawan Erhan S.E., M.S.E.

Tangerang, 16 Januari 2017

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E.

Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Nathasia menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Pengaruh *Atmosphere*, *Food Quality*, *Quality of Interaction*, dan *Perceived Price* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Telaah pada Restoran Salt Grill Jakarta** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila ditemukan kecurangan atau plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima konsekuensi yang telah ditentukan oleh pihak Universitas.

Tangerang, 16 Januari 2017

Yang membuat pernyataan,

Nathasia

NIM: 1313010014

ABSTRAK

Dengan berkembangnya industri makanan saat ini, membuka peluang bagi pengusaha untuk membuka restoran. Hal itu didukung dengan berkembangnya budaya masyarakat yang merayakan suatu moment spesial di restoran. Karena hal itu, saat ini banyak bermunculan restoran-restoran baru, khususnya yang bertema fine dining. Restoran fine dining adalah restoran yang mengadopsi ciri khas Eropa mulai desain interiornya, sampai pada jenis makanan yang dihidangkan kepada konsumen.

Adapun permasalahan pada penelitian ini diajukan untuk mengetahui apakah *atmosphere*, *food quality*, *quality of interaction*, dan *perceived price* yang ditawarkan oleh restoran Salt Grill sebagai objek penelitian mampu mempengaruhi *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*.

Model teoritis dalam penelitian ini disampaikan dengan 5 hipotesis yang akan diuji menggunakan *Structural Equation Model*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 115 responden, wanita dan pria yang baru pertama kali makan di restoran Salt Grill yang berusia 18 sampai diatas 36 tahun dan berdomisili di Jakarta.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *atmosphere*, *food quality*, *quality of interaction*, dan *perceived price* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, dan *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

Kesimpulan penelitian ini adalah dari ketujuh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini tidak semuanya sesuai dengan hasil temuan penelitian sebelumnya. Sehingga berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat disarankan bahwa restoran Salt Grill harus memperhatikan *atmosphere*, *quality of interaction*, dan *perceived price* untuk dapat meningkatkan *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *Atmosphere*, *Food Quality*, *Quality of Interaction*, *Perceived Price*, *Customer Satisfaction*, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

With the development of the food industry today, opening up opportunities for entrepreneurs to open a restaurant. This is supported by a culture of people who celebrate a special moment in the restaurant. Because of it, many new restaurants popping up, especially themed fine dining. Restaurant is a fine dining restaurant that adopt the hallmark of Europe began to design the interior, to the kind of food that was serve to the consumer.

The issues raised in this study to determine whether the atmosphere, food quality, quality of interaction, and perceived price offered by the restaurant Salt Grill as research objects can influence through customer satisfaction, repurchase intention.

The theoretical model presented in this study with 5 hypotheses to be tested using Structural Equation Model. The sample in this study amounted to 115 respondents, men and women who first ate at the restaurant Salt Grill 18 to over 36 years old and live in Jakarta.

Results of the analysis showed that the atmosphere, food quality, quality of interaction, and perceived price positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction and a positive effect on repurchase intention.

The conclusion of this study is on the seventh hypothesis proposed in this study are not all consistent with the findings of previous studies. So based on these conclusions, it can be suggested that the restaurant Salt Grill must pay attention to

atmosphere, quality of interaction, and perceived price to increase customer satisfaction.

Keywords: Atmosphere, Food Quality, Quality of Interaction, Perceived Price, Customer Satisfaction, Repurchase Intention



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa memberikan Rahmat, Karunia, Berkat, baik Berkat kesehatan maupun kekuatan kepada penulis, serta Penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja skripsi ini dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, yaitu berjudul “ Analisis Pengaruh *Atmosphere, Food Quality, Quality of Interaction,* dan *Perceived Price* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Telaah pada Restoran Salt Grill Jakarta”.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat banyak ilmu dan pengalaman baru. Sekiranya melalui skripsi ini, ada manfaat yang dapat diambil mengenai hubungan *atmosphere, food quality, quality of interaction, perceived price* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*, khususnya dalam industri restoran yang cukup berkembang pesat pada saat ini.

Selama proses pembuatan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan dari berbagai pihak terkait. Oleh sebab itu, dengan penuh rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat berjalan dengan baik, khususnya kepada :

1. Pak Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E., selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing penulis serta memberikan saran dan motivasi kepada penulis
2. Orang tua dan saudara kembar terkasih yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan saran dan masukan serta menyetujui skripsi ini.
4. Seluruh dosen Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan wawasan, ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran, metodologi penelitian dan riset pemasaran, yang akhirnya dapat mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman satu bimbingan terkasih Natasya, Eveline, Venni, Nathania, Shandra yang senantiasa membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini
6. Orang yang selalu menemani saya yaitu Marlowe yang selalu memberikan motivasi dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun, agar untuk kedepannya dapat menghasilkan karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi seluruh pihak yang membacanya. Terima kasih.

Tangerang, 16 Januari 2017

Nathasia

13130110029

UMMN

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR BAGAN | xii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 24 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 28 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 29 |

1.5. Batasan Penelitian 30

1.6. Batasan Penelitian 31

BAB II LANDASAN PENELITIAN

2.1. *Marketing* 33

2.2 *Customer Behaviour*..... 36

2.3 *Atmosphere* 37

2.4 *Food Quality* 39

2.5 *Quality of Interaction*..... 41

2.6 *Perceived Price* 43

2.7 *Customer Satisfaction* 44

2.8 *Repurchase Intention* 45

2.9 Pengembangan Hipotesis Penelitian 46

2.9.1. Hubungan variabel *atmosphere* dengan *customer satisfaction*..... 46

2.9.2. Hubungan variabel *food quality* dengan *customer satisfaction* 47

2.9.3. Hubungan variabel *quality of interaction* dengan *customer satisfaction* 48

| | |
|--|----|
| 2.9.4. Hubungan variabel <i>perceived price</i> dengan <i>customer satisfaction</i> | 49 |
| 2.9.5. Hubungan variabel <i>customer satisfaction</i> dengan <i>repurchase intention</i> | 50 |
| 2.10 Model Penelitian | 51 |
| 2.11 Model Penelitian | 51 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 56 |
| 3.2 Jenis dan Desain Penelitian..... | 64 |
| 3.3 Prosedur Penelitian..... | 67 |
| 3.4 Populasi dan <i>Sample</i> | 69 |
| 3.4.1 <i>Sample Unit</i> | 69 |
| 3.4.2 <i>Time Frame</i> | 69 |
| 3.4.3 <i>Sample Size</i> | 69 |
| 3.4.3 <i>Sampling Techniques</i> | 70 |
| 3.5 Identifikasai Variabel Penelitian..... | 71 |
| 3.5.1 Variabel Eksogen | 71 |

| | |
|--|----|
| 3.5.2 Variabel Endogen..... | 72 |
| 3.5.3 Variabel Teramati | 73 |
| 3.6 Definisi Operasional Variabel..... | 73 |
| 3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data..... | 78 |
| 3.7.1 Uji Instrumen | 65 |
| 3.7.1.1 Uji Validitas..... | 78 |
| 3.7.1.2 Uji Reliabilitas..... | 79 |
| 3.7.2 Metode Analisis Data dengan SEM..... | 79 |
| 3.7.2.1 Kecocokan Keseluran Model (<i>overall of fit</i>) | 81 |
| 3.7.2.2 Kecocokan Model Pengukuran (<i>measurement model fit</i>)..... | 82 |
| 3.7.2.3 Model Pengukuran..... | 86 |
| 3.7.4 Model Keseluruhan Penelitian (<i>Path Diagram</i>) | 90 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Profil Responden..... | 91 |
| 4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia | 91 |
| 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Domisili..... | 92 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Usia | 93 |
| 4.2 Analisis Deskriptif | 93 |
| 4.2.1 <i>Atmosphere</i> | 94 |
| 4.2.2 <i>Food Quality</i> | 95 |
| 4.2.3 <i>Quality of interaction</i> | 96 |
| 4.2.4 <i>Perceived Price</i> | 97 |
| 4.2.5 <i>Customer Satisfaction</i> | 99 |
| 4.2.6 <i>Repurchase Intention</i> | 100 |
| 4.3 Uji Instrumen Pretest..... | 101 |
| 4.4 Hasil Analisis Data <i>Structural Equation Model (SEM)</i> | 105 |
| 4.4.1 Hasil Analisis Kecocokan Keseluruhan Model | 105 |
| 4.4.2 Hasil Analisis Model Pengukuran | 107 |
| 4.4.2.1 Hasil Uji Validitas Keseluruhan Data..... | 107 |
| 4.4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Data..... | 111 |
| 4.4.3 Hasil Analisis Model Struktural..... | 114 |
| 4.5 Pembahasan | 119 |
| 4.5.1 Hasil Uji Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> | 119 |
| 4.5.2 Hasil Uji Pengaruh <i>food quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> | 120 |
| 4.5.3 Hasil Uji Pengaruh <i>quality of interaction</i> terhadap <i>customer</i> | |

| | |
|--|-----|
| <i>satisfaction</i> | 120 |
| 4.5.4 Hasil Uji Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Customer</i> | |
| <i>Satification</i> | 121 |
| 4.5.5 Hasil Uji Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase</i> | |
| <i>Intention</i> | 121 |
| 4.6 Implikasi Manajerial | 122 |
| 4.6.1 Meningkatkan <i>Food Quality</i> | 122 |
| 4.6.2 Meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> | 124 |
| BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 127 |
| 5.2 Saran | 128 |
| 5.2.1 Saran Untuk Perusahaan | 128 |
| 5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya | 129 |
| DAFTAR PUSTAKA | 130 |
| LAMPIRAN | |

UMMN

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Peningkatan Perekonomian Indonesia | 1 |
| Gambar 1.2 Perkembangan Tingkat Pendapatan | 2 |
| Gambar 1.3 Peningkatan Golongan Menengah Indonesia tahun 2012 Sampai 2020 | 3 |
| Gambar 1.4 Perkembangan Golongan Kelas Menengah Indonesia..... | 3 |
| Gambar 1.5 Pertumbuhan Golongan Menengah Asia..... | 4 |
| Gambar 1.6 Kelas Menengah Indonesia tahun 2004 sampai 2014 | 5 |
| Gambar 1.7 Pendapatan Kelas Menengah Indonesia | 7 |
| Gambar 1.8 Belanja Kelas Menengah tahun 2015..... | 8 |
| Gambar 1.9 Estimasi Pertumbuhan Jumlah Konsumen Indonesia | 9 |
| Gambar 1.10 Ekspektasi Terhadap GDP Indonesia..... | 9 |
| Gambar 1.11 Pertumbuhan Hotel dan Restoran..... | 10 |
| Gambar 1.12 Aktifitas Belanja Kelas Menengah..... | 11 |
| Gambar 1.13 Segmentasi Golongan Kelas Menengah..... | 12 |
| Gambar 1.14 Konsep dari <i>Fine Dining</i> | 14 |

| | |
|--|----|
| Gambar 1.15 Rating dari Zomato..... | 17 |
| Gambar 1.16 Logo dari Salt Grill | 18 |
| Gambar 1.17 Menu <i>Fine Dining</i> dari Salt Grill Restoran | 19 |
| Gambar 1.18 Tampilan dari Restoran Salt Grill..... | 23 |
| Gambar 2.1 Model dari Proses Pemasaran | 35 |
| Gambar 2.2 Model Penelitian | 51 |
| Gambar 3.1 Logo Salt Grill | 57 |
| Gambar 3.2 Chef Luke Mangan..... | 57 |
| Gambar 3.3 Restoran Salt Grill Jakarta..... | 58 |
| Gambar 3.4 Menu Ala Carte di Salt Grill | 59 |
| Gambar 3.5 Menu fine dining di Salt Grill | 60 |
| Gambar 3.6 Set Menu di Salt Grill..... | 60 |
| Gambar 3.7 Tampilan dari Restoran Salt Grill | 62 |
| Gambar 3.8 Tampilan Private Room di Salt Grill..... | 63 |
| Gambar 3.9 Meja Bar di Salt Grill | 63 |
| Gambar 3.10 Suasana di Restoran Salt Grill..... | 64 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 3.11 Diagram <i>Research Design</i> | 66 |
| Gambar 3.12 <i>Sampling Design Process</i> | 67 |
| Gambar 3.13 <i>Sampling Technique</i> | 70 |
| Gambar 3.14 Variabel Eksogen | 71 |
| Gambar 3.15 Variabel Endogen..... | 72 |
| Gambar 3.16 Model Pengukuran <i>Atmosphere</i> | 86 |
| Gambar 3.17 Model Pengukuran <i>Food Quality</i> | 87 |
| Gambar 3.18 Model Pengukuran <i>Quality of Interaction</i> | 87 |
| Gambar 3.19 Model Pengukuran <i>Perceived Price</i> | 88 |
| Gambar 3.20 Model Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> | 88 |
| Gambar 3.21 Model Pengukuran <i>Repurchase Intention</i> | 89 |
| Gambar 3.22 Model Penelitian Keseluruhan | 90 |
| Gambar 4.1 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia | 91 |
| Gambar 4.2 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Domisili..... | 92 |
| Gambar 4.3 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 93 |
| Gambar 4.4 <i>Path Diagram Standarized Solution</i> | 108 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4.5 <i>Path Diagram T-Values</i> | 109 |
| Gambar 4.6 <i>Path Diagram Estimates</i> | 115 |
| Gambar 4.7 <i>Path Diagram T-Values</i> | 116 |
| Gambar 4.8 Chocolate Bomb..... | 124 |
| Gambar 4.9 Modifikasi kue keranjang sebagai dessert..... | 125 |
| Gambar 4.10 Training karyawan..... | 126 |
| Gambar 4.11 Suasana dekorasi Natal..... | 127 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 51 |
| Tabel 3.1 Perbedaan dari <i>exploratory research design</i> dan <i>conclusive research design</i> | 65 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasionalisasi | 73 |
| Tabel 3.3 Uji Validitas | 78 |
| Tabel 4.1 Skala Interval 5 Kategori | 94 |
| Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap <i>Atmosphere</i> | 94 |
| Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap <i>food Quality</i> | 95 |
| Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap <i>Quality of Interaction</i> | 96 |
| Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap <i>Perceived Price</i> | 97 |
| Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 99 |
| Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 100 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas..... | 102 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas..... | 104 |
| Tabel 4.10 <i>Godness Of Fit</i> | 106 |

Tabel 4.11 Uji Validitas Keseluruhan Data 110

Tabel 4.12 Kesimpulan dan Analisis Reliabilitas 113

Tabel 4.13 Hasil Analisis Model Struktural..... 116

