



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 *SERVICESCAPE*, *SERVICE PERSON*
CUSTOMER ORIENTATION, *FOOD QUALITY*, DAN
PERCEIVED PRICE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI *YOUTH SATISFACTION***

Suatu Studi Konsumen di Kalangan Anak Muda (*youth*) *Desserts Cake-A-Boo*,
Jakarta Utara



SKRIPSI

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

Mery Erlene Repi

11130110016

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tangerang

2015

INSPIRING QUOTES

***"There's always room for another
part of shoes, like there is always
room for desserts"***

- esb Chocolate Schubar -

UMN

**I'm Dedicate this Thesis to
My Lovely Parents and Sister**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mery Erlene Repi
Nomor Induk Mahasiswa : 11130110016
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Servicescape*, *Service Person*
Customer Orientation, *Food Quality*, dan
Perceived Price, Terhadap *Repurchase Intention*
Melalui *Youth Satisfaction* (Suatu Studi Konsumen
di Kalangan Anak Muda *Desserts Cake-A-Boo*,
Jakarta Utara)

Dosen Pembimbing : Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

Tangerang, 21 Agustus 2015

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

(Purnamaningsih, S.E., M.S.M.)

(Mohammad Annas, M.M.)

Ketua Sidang

Ketua Program Studi Manajemen

(Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.)

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

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Mery Erlene Repi menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Analisis Pengaruh *Servicescape*, *Service Person* *Customer Orientation*, *Food Quality*, dan *Perceived Price* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Youth Satisfaction*” (Suatu Studi konsumen di Kalangan Anak Muda *Desserts Cake-A-Boo*, Jakarta Utara) adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan 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. Data pada skripsi ini juga tidak mengandung unsur manipulasi.

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

Tangerang, 21 Agustus 2015

Mery Erlene Repi
NIM: 11130110016

ABSTRAK

Bisnis tempat makan di Indonesia semakin berkembang dan semakin banyak investor asing maupun lokal yang menanamkan modalnya untuk membuka bisnis tempat makan. Tempat makanan yang terkenal dengan makanan penutup atau lebih sering dikenal dengan *desserts* menjadi pilihan bisnis yang cukup menggiurkan bagi para pebisnis saat ini. Dengan konsep yang baru, unik, serta berbeda dari konsep-konsep restoran yang sudah ada sebelumnya akan menciptakan daya tarik tersendiri, dan tidak menutup kemungkinan jika didukung dengan kualitas makanan yang baik dan konsisten, konsumen akan datang kembali mengunjungi restoran tersebut. Khususnya untuk kalangan anak muda (*youth*) yang menyukai hal-hal baru dan unik.

Permasalahan dalam penelitian ini diajukan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk datang kembali dan membeli di *Cake-A-Boo (Repurchase Intention)* yang dipengaruhi oleh kepuasan anak muda (*Youth Satisfaction*). Dimana kepuasan dapat tercipta melalui lingkungan fisik restoran (*Servicescape*), pelayanan yang mereka dari *waiterss* restoran (*Service Person Customer Orientation*), kualitas makanan atau kue yang mereka pesan (*Food Quality*), dan efek harga yang dibandrol oleh restoran atas makanan yang mereka pesan (*Perceived Price*). Dalam penelitian memiliki 5 hipotesis yang akan diuji menggunakan *Structural Equation Model*. Unit sampel dalam penelitian ini adalah 145 konsumen yang baru pertama kali datang dan membeli kue di *Cake-A-Boo*, rentan usia 15-29 tahun yang masih tergolong kalangan anak muda (*youth*) dengan menggunakan kuesioner yang didesain sederhana dan semanarik mungkin, menjadi cara peneliti untuk mendapatkan informasi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Servicescape*, *Service Person Customer Orientation*, *Food Quality*, dan *Perceived Price* memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Intention* melalui *Youth Satisfaction*.

Kata Kunci: *Servicescape*, *Service Person Customer Orientation*, *Food Quality*, *Perceived Price*, *Youth Satisfaction*, *Repurchase Intention*, *Cake-A-Boo*

ABSTRACT

The growth of culinary business in Indonesia is growing more and more. This culinary business has attracted both local and foreign investor to invest their capital by open their restaurant in Indonesia. Desserts restaurant now on become fairly lucrative business option at this time, especially in Jakarta. Every restaurant had to have a diffrentation. With the new concept, unique, and different from the concepts previously existing restaurant will create its own charm, and if it is supported by the quality of the food was good and consistent, consumers will come back to visit the restaurant. Especially for young people (youth) who like novelty and unique.

Problems in this study proposed to determine the factors that influence consumers' desire to come back and buy at the Cake-A-Boo (Repurchase Intention) is affected by the satisfaction of youngsters (Youth Satisfaction). Where satisfaction can be created through the restaurant (Servicescape), service them from the restaurant waiters (Person Customer Service Orientation), the quality of food or cakes they order (Food Quality), and the effect of prices are priced by the restaurant on their food message (Perceived Price).

This study uses five hypotheses to be tested using Structural Equation Model (SEM). The unit sample in this study was 145 consumers, which is this is their first experience to come and buy a cake at Cake-A-Boo, the age vulnerable of 15-29 years, who are still classified among young people (youth) by using a simple questionnaire designed and attractive as possible, be researchers way to get information.

Result of the research that has been conducted shows that Servicescape, Person Customer Service Orientation, Food Quality and Perceived Price has an influence on Repurchase Intention through Youth Satisfaction.

Keywords: Servicescape, Person Customer Service Orientation, Food Quality, Perceived Price, Youth Satisfaction, Repurchase Intention, Cake-A-Boo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul, “Analisis Pengaruh *Servicescape*, *Service Person Customer Orientation*, *Food Quality*, dan *Perceived Price* Terhadap *Repurchase Intention* melalui *Youth Satisfaction* (Suatu Studi Konsumen *Desserts Cake-A-Boo*, Jakarta Utara)” ini dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Peneliti menyadari bahwa pembuatan laporan penelitian ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan partisipasi untuk terselesaikannya laporan penelitian ini. Maka dari itu, penulis melalui kesempatan ini ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan hikmat, kekuatan, karunia dan rahmat-Nya selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua saya, yang selalu memberikan dukungan doa dan semangat, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan dukungan dalam pembuatan laporan.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan saran, dukungan, dan bimbingan dengan sabar dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Anna Riana Putriya, S.E., M.Si. selaku ketua sidang dan dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan kepada penulis.
6. Bapak Mohammad Annas, M.M. selaku dosen penguji ahli yang telah memberikan banyak saran, informasi dan masukan kepada penulis.
7. Kepada Bapak Ghani Kunto atas *sharing* pendapatnya mengenai kepuasan kalangan *youth* dan buku yang sangat menginspirasi penulis.
8. Kepada restoran *Cake-A-Boo* yang telah bersedia dan memberikan izin bagi peneliti untuk melakukan penelitian di restoran secara langsung dan saran-saran yang telah diberikan.

9. Kepada *owner* dari *Cake-A-Boo*, Kak Ivan, Kak Natalia, dan Kak Jessica yang telah banyak memberikan saran dan kesempatan kepada peneliti.
10. Seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam pengisian kuesioner untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.
11. Kepada Tante Febe yang tidak pernah putus-putusnya memberikan dukungan dalam doa juga kepada Tante Mega yang selalu memberikan semangat dan selalu membuat saya bisa jalan-jalan dengan omongan yang ajaib, Ko Obed Yosia “pocip” yang telah sangat membantu dalam proses pembuatan desain dari kuesioner sehingga desain kuesioner menjadi sangat menarik untuk dilihat. Hana dengan segala kecerewetannya akan pengetahuan yang dimiliki tentang kue-kue. Kepada Satrio Nugroho yang telah banyak membantu dalam memberi saran dan ajaran dalam pengolahan data.
12. Teman-teman seperjuangan skripsi Manajemen 2011 yang telah membantu peneliti secara langsung maupun tidak langsung (Andreas, Catherine, Fatia, Samir, dan Wailan).
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan dukungannya selama ini.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf selama proses pengerjaan dan penyelesaian laporan skripsi ini melakukan kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih

Tangerang, 21 Agustus 2015

Peneliti

Daftar Isi

PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Batasan Penelitian	17
1.6 Manfaat Penelitian	19
1.7 Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
2.1 <i>Marketing</i>	22
2.2 <i>Consumer Behavior</i>	24
2.3 <i>Servicscape</i>	26
2.4 <i>Service Person Customer Orientation</i>	29
2.5 <i>Food Quality</i>	31
2.6 <i>Perceived Price</i>	33
2.7 <i>Youth Satisfaction</i>	34
2.8 <i>Repurchase Intention</i>	38
2.9 Model Penelitian	39
2.10 Pengembangan Hipotesis Penelitian	41
2.10.1 Hubungan variabel <i>servicscape</i> dengan <i>youth Satisfaction</i>	41
2.10.2 Hubungan variabel <i>service person customer orientation</i> dengan <i>youth satisfaction</i>	42
2.10.3 Hubungan variabel <i>food quality</i> dengan <i>youth satisfaction</i>	43
2.10.4 Hubungan variabel <i>perceived price</i> dengan <i>youth satisfaction</i>	45

2.10.5 Hubungan variabel <i>youth Satisfaction</i> dengan <i>repurchase intention</i>	46
2.11 Penelitian Sebelumnya	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
3.2 Jenis dan Desain Penelitian	56
3.3 Prosedur Penelitian	59
3.4 Populasi dan Sample.....	60
3.5 Definisi Operasional Variabel	64
3.6 Teknik Pengolahan Analisis Data.....	69
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Profil Responden	85
4.2 Analisis Deskriptif.....	91
4.3 Uji Instrumen <i>Pretest</i>	98
4.4 Hasil Analisis Data <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	99
4.5 Pembahasan	112
4.6 Implikasi Manajerial.....	116
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	133
5.1 Kesimpulan.....	133
5.2 Saran	134
Daftar Pustaka	141
DAFTAR LAMPIRAN.....	147

UMN

Daftar Tabel

TABEL 1.1 PERTUMBUHAN GROSS DOMESTIC BRUTO (GDP) DI INDONESIA	2
TABEL 1.2 PERTUMBUHAN SUBEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN.....	8
TABEL 2.1 <i>CRITERION AND COMPONENT OF THE SERVICESCAPE</i>	27
TABEL 2.2 PENELITIAN SEBELUMNYA	47
TABEL 3.1 PERBEDAAN ANTARA <i>EXPLORATORY RESEARCH</i> DAN <i>CONCLUSIVE RESEARCH</i>	58
TABEL 3.2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	66
TABEL 3.3 UJI VALIDITAS.....	70
TABEL 3.4 PERBANDINGAN UKURAN-UKURAN GOODNESS OF FIT (GOF).....	74
TABEL 4.1 SKALA INTERVAL 5 KATEGORI	91
TABEL 4.2 PENELITIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL <i>SERVICESCAPE</i>	92
TABEL 4.3 PENELITIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL <i>SERIVCE</i> PERSON CUSTOMER ORIENTATION	93
TABEL 4.4 PENELITIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL <i>FOOD QUALITY</i>	94
TABEL 4.5 PENELITIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL PERCEIVED PRICE	95
TABEL 4.6 PENELITIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL <i>YOUTH SATISFACTION</i>	97
TABEL 4.7 PENELITIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL <i>REPURCHASE INTENTION</i>	98
TABEL 4.8 HASIL UJI VALIDITAS <i>PRE-TEST</i>	99
TABEL 4.9 HASIL UJI RELIABILITAS <i>PRE-TEST</i>	100
TABEL 4.10 HASIL ANALISIS KECOCOKAN KESELURUHAN MODEL	100
TABEL 4.11 UJI VALIDITAS KESELURUHAN DATA	103
TABEL 4.12 KESIMPULAN DAN ANALISIS RELIABILITAS	110
TABEL 4.13 HASIL ANALISIS MODEL STRUKTURAL	110

Daftar Gambar

GAMBAR 1.1 PERTUMBUHAN EKONOMI DUNIA	1
GAMBAR 1.2 PENGELURAN KELAS MENENGAH PER BULAN	3
GAMBAR 1.3 SURVEI SPENDING BEHAVIOR ANAK MUDA (YOUTH) DI INDONESIA	5
GAMBAR 1.4 ALOKASI PENGELUARAN ANAK MUDA (YOUTH) DAN ALOKASI BERDASARKAN GENDER	7
GAMBAR 2.1 MODEL PENELITIAN BOO HO VOON (2012)	40
GAMBAR 2.2 MODEL PENELITIAN YANG TELAH DIMODIFIKASI	41
GAMBAR 3.1 LOGO CAKE-A-BOO	53
GAMBAR 3.2 KUE-KUE DI CAKE-A-BOO	54
GAMBAR 3.3 DEKORASI RUANGAN DI CAKE-A-BOO	55
GAMBAR 3.4 CONVEYOR BAR	56
GAMBAR 3.5 JENIS-JENIS DESAIN PENELITIAN	57
GAMBAR 3.6 TEKNIK-TEKNIK DALAM NON-PROBABILITY TECHNIQUES	63
GAMBAR 3.7 MODEL PENGUKURAN SERVICESCAPE	80
GAMBAR 3.8 MODEL PENGUKURAN SERVICE PERSON CUSTOMER ORIENTATION	81
GAMBAR 3.9 MODEL PENGUKURAN FOOD QUALITY	81
GAMBAR 3.10 MODEL PENGUKURAN PERCEIVED PRICE	82
GAMBAR 3.11 MODEL PENGUKURAN YOUTH SATISFACTION	83
GAMBAR 3.12 MODEL PENGUKURAN REPURCHASE INTENTION	83
GAMBAR 3.13 MODEL KESELURUHAN PENELITIAN (PATH DIAGRAM)	84
GAMBAR 4.1 PERSENTASE PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN USIA	85
GAMBAR 4.2 PERSENTASE PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN PROFESI	86
GAMBAR 4.3 PERSENTASE PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN DOMISILI	87
GAMBAR 4.4 PERSENTASE PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KUE	88
GAMBAR 4.5 PERSENTASE PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN WAKTU YANG DIHABISKAN UNTUK MAKAN DI RESTORAN	89
GAMBAR 4.6 PERSENTASE PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN ANGGARAN SATU KALI MAKAN DI RESTORAN	90
GAMBAR 4.7 PATH DIAGRAM STANDARDIZED SOLUTION	102
GAMBAR 4.8 PATH DIAGRAM T-VALUES	103
GAMBAR 4.9 PATH DIAGRAM ESTIMATES	109

GAMBAR 4.10 PATH DIAGRAM T-VALUES	109
GAMBAR 4.11 CONTOH DESAIN INTERIOR DENGAN TEMA WRECK IT RELPH DAN CHARLIE AND THE CHOCOLATE FACTORY	119
GAMBAR 4.12 CONTOH DESAIN INTERIOR DENGAN TEMA HANSEL AND GRATEL RUMAH KUE DAN PERMEN	109
GAMBAR 4.13 ACRYLIC STAND UNTUK INFORMASI KETERSEDIAAN WIFI	122
GAMBAR 4.14 CONTOH SERAGAM WAITERS	123
GAMBAR 4.15 CONTOH COMMENT CARD	125
GAMBAR 4.16 CONTOH HEAVY CAKE.....	126
GAMBAR 4.17 CONTOH FREE TASTER DAN FORM PENILAIAN	127
GAMBAR 4.18 CONTOH CAKE PLATE DENGAN DOME.....	128
GAMBAR 4.19 CONTOH MEMBERSHIP CARD	130
GAMBAR 4.20 CONTOH BUNDLING.....	131
GAMBAR 4.21 CONTOH CAKE ATM	132

UMN