

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan akal budi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi, yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun penelitian ini masih terdapat pengungkapan, penyajian, dan penggunaan kata-kata yang masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk dapat memperbaiki penelitian tugas akhir ini. Penulis juga mau menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean serta dosen pembimbing yang telah membantu dan mendukung dalam begitu banyak hal selama penulis berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, CDM selaku ketua program studi manajemen yang selalu membantu dan mendukung penulis ketika berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
3. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan waktu dan tenaganya dalam membimbing saya menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

4. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, CDM, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan mendukung, memberikan perhatian dan waktunya dalam saya menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M. , yang selalu membantu dan mendukung saya.
6. Bapak penguji 2, yang juga selalu membantu dan mendukung saya.
7. Keluarga saya, Papa, Mama, Koko saya, dan kedua Cece saya yang telah mendukung dan membantu saya dalam memberikan dukungan dan doa dalam saya menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang juga telah membantu dan mendukung saya

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan dalam membalas semua kebaikan dari pihak-pihak yang membantu dan mendukung saya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang berkepentingan dengan topik yang sama.

Surabaya, 25 Agustus 2021



Derika Ciawi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	19
1.3 Rumusan Masalah .....	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Manfaat Penelitian.....	22
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	22
1.5.2 Manfaat Praktis .....	23
1.6 Sistematika Penulisan.....	23
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>25</b>
2.1 Landasan Teori .....	25
2.1.1 <i>Revisit Intention</i> .....	25
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
2.1.3 <i>Restaurant Reputation</i> .....	28
2.1.4 <i>Trust</i> .....	30
2.1.5 <i>Variety Seeking Tendency</i> .....	32
2.1.6 <i>Service Quality</i> .....	34

2.1.7 <i>Food Quality</i> .....	35
2.1.8 <i>Atmospherics</i> .....	37
2.1.9 <i>Other Customers</i> .....	39
2.1.10 <i>Price</i> .....	41
2.2 Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	45
2.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	45
2.3.2 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
2.3.3 Pengaruh <i>Atmospherics</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
2.3.4 Pengaruh <i>Other Customers</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
2.3.5 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	49
2.3.7 Pengaruh <i>Restaurant Reputation</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	50
2.3.8 Pengaruh <i>Variety Seeking Tendency</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> ...	50
2.3.9 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	51
2.3.10 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Trust</i> .....	52
2.3.11 Pengaruh <i>Restaurant Reputation</i> terhadap <i>Trust</i> .....	53
2.4 Model Penelitian.....	54
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	54
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	58
3.1.1 Jenis Penelitian.....	58
3.1.2 Jenis Data .....	59
3.2 Populasi dan Sampel.....	60
3.2.1 Populasi .....	60
3.2.2 Sampel.....	61
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	63
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	66
3.5 Metode Analisis Data .....	69

3.5.1	Pengelolaan Data.....	69
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	70
3.5.3	Uji Realibilitas.....	83
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>85</b>
4.1	Gambaran Umum Boncafe .....	85
4.2	Analisis Data.....	87
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	87
4.2.1.1	Karakteristik Responden.....	87
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	88
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
4.2.1.4	Tanggapan Responden.....	91
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	109
4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....	109
4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Food Quality</i> .....	111
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap <i>Atmospherics</i> .....	113
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Other Customers</i> .....	116
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Price</i> .....	117
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap <i>Variety Seeking</i> .....	118
4.2.2.7	Penjelasan Responden Terhadap <i>Restaurant Reputation</i> .	120
4.2.2.8	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	122
4.2.2.9	Penjelasan Responden Terhadap <i>Trust</i> .....	124
4.2.2.10	Penjelasan Responden Terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	126
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	127
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data .....	129
4.2.3.2	Evaluasi <i>Outliers</i> .....	131
4.2.3.3	Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	134
4.2.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori.....	134
4.2.3.5	Analisis <i>Full Stuctural Equation Modeling</i> .....	139
4.2.3.6	Uji Realibility .....	143
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	145

4.2.4.1	Pengujian Hipotesis 1 ( $H_1$ ) .....	146
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis 2 ( $H_2$ ) .....	146
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis 3 ( $H_3$ ) .....	147
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis 4 ( $H_4$ ) .....	148
4.2.4.5	Pengujian Hipotesis 5 ( $H_5$ ) .....	148
4.2.4.6	Pengujian Hipotesis 6 ( $H_6$ ) .....	149
4.2.4.7	Pengujian Hipotesis 7 ( $H_7$ ) .....	150
4.2.4.8	Pengujian Hipotesis 8 ( $H_8$ ) .....	150
4.2.4.9	Pengujian Hipotesis 9 ( $H_9$ ) .....	151
4.2.4.10	Pengujian Hipotesis 10 ( $H_{10}$ ) .....	152
4.2.4.11	Pengujian Hipotesis 11 ( $H_{11}$ ) .....	152
4.3	Pembahasan .....	153
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>198</b>
5.1	Simpulan.....	198
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis.....	199
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	209
5.2	Implikasi .....	211
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	211
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	213
5.3	Rekomendasi.....	225
DAFTAR PUSTAKA .....		227
LAMPIRAN .....		A-1

## DAFTAR GAMBAR

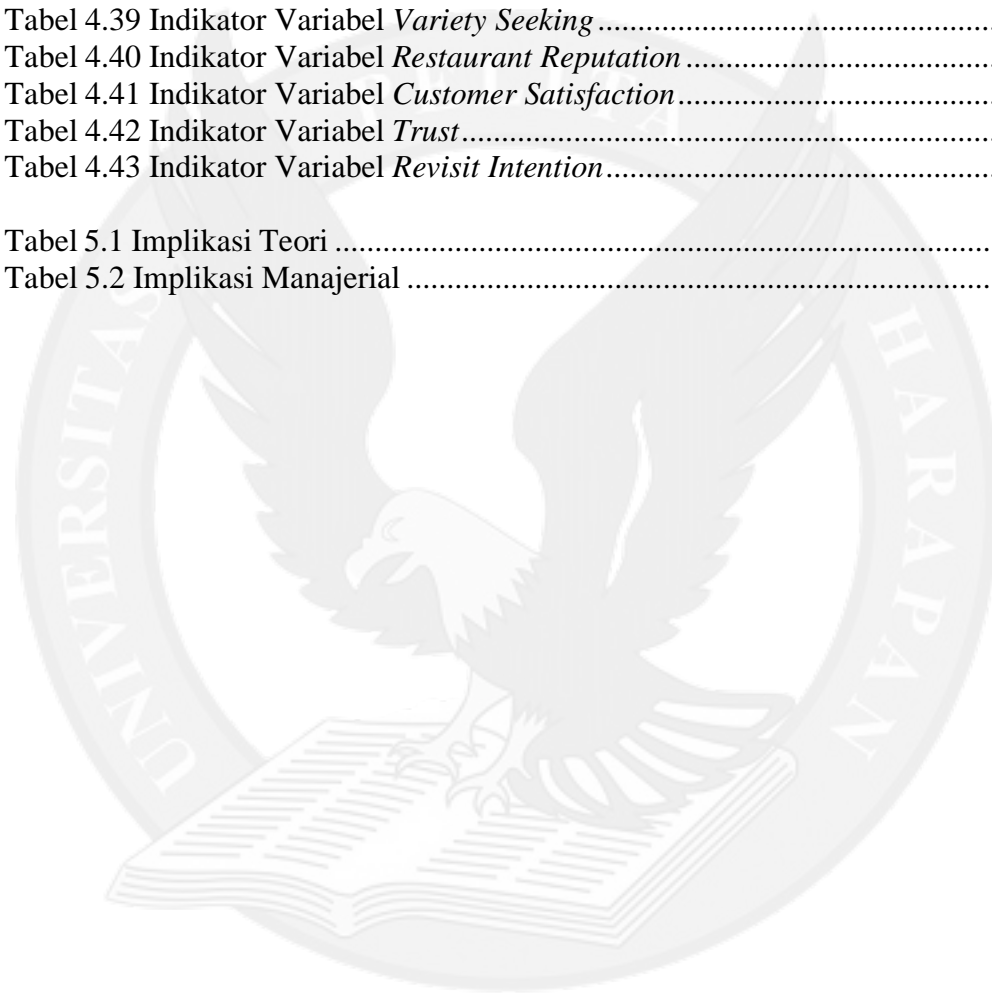
Gambar 1.1 Logo Restoran Boncafe.....	6
Gambar 1.2 Penghargaan Boncafe.....	8
Gambar 1.3 Skor Review Boncafe Manyar Kertoarjo.....	10
Gambar 1.4 Rekomendasi Tempat Makan Steak Terbaik di Surabaya.....	11
Gambar 1.5 Pesaing Boncafe di Surabaya .....	13
Gambar 1.6 Pelayanan Boncafe .....	14
Gambar 1.7 Makanan Boncafe.....	15
Gambar 1.8 Atmosfer Boncafe .....	16
Gambar 1.9 Pelanggan Boncafe .....	16
Gambar 1.10 Menu Boncafe .....	17
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu dan Hasilnya .....	43
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	54
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis .....	73
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	89
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	90
Gambar 4.3 <i>Confirmatory Analysis Senses</i> .....	135
Gambar 4.4 <i>Confirmatory Analysis</i> .....	138
Gambar 4.5 <i>Full Structural Model</i> .....	140

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing Boncafe .....	8
Tabel 1.2 Perbandingan Pesaing Boncafe .....	18
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner .....	64
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	67
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk .....	74
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Antar Konstruk .....	76
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran .....	77
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Godness to Fit Index) .....	82
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia .....	89
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	90
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	91
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....	92
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food Quality</i> .....	94
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmospherics</i> .....	96
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Other Customers</i> .....	97
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Price</i> .....	99
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Variety Seeking</i> .....	101
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Restaurant Reputation</i> .....	102
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	104
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Trust</i> .....	106
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Revisit Intention</i> .....	107
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i> ...	109
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Food Quality</i> .....	111
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Atmospherics</i> .....	113
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Other Customers</i> .....	116
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Price</i> .....	117
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Variety Seeking</i> ..	119
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Restaurant Reputation</i> .....	121
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	122
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i> .....	124
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Revisit Intention</i> ..	126
Tabel 4.24 Goodness of Fit Index .....	129
Tabel 4.25 Uji Normalitas Data .....	130
Tabel 4.26 Statistik Deskriptif Z-Score .....	132
Tabel 4.27 Mahalonobis Distance .....	134
Tabel 4.28 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading .....	137
Tabel 4.29 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading .....	139



Tabel 4.30 Index Pengujian Kelayakan.....	141
Tabel 4.31 <i>Regression Weight Full Structural Equation Model</i> .....	141
Tabel 4.32 Uji Realibility .....	143
Tabel 4.33 Hasil Uji Hipotesis .....	145
Tabel 4.34 Indikator Variabel <i>Service Quality</i> .....	169
Tabel 4.35 Indikator Variabel <i>Food Quality</i> .....	172
Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>Atmospherics</i> .....	176
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Other Customers</i> .....	180
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Price</i> .....	182
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Variety Seeking</i> .....	184
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Restaurant Reputation</i> .....	187
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	189
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Trust</i> .....	191
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Revisit Intention</i> .....	195
Tabel 5.1 Implikasi Teori .....	211
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	22



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER .....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER .....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL D-1	
LAMPIRAN E: HASIL TURNITIN .....	E-1

