

ABSTRACT

This research is aimed to find out how the influence of service quality, product / food quality, environmental quality, perceived value to customer satisfaction, and influence of customer satisfaction on intention to buy back to Pizza Hut consumer in Tunjungan Plaza Surabaya.

The sample used in this research is that people who live in Surabaya city area have bought and consumed Pizza Hut products in Tunjungan Plaza Surabaya in the last three months, and aged between 17-65 years with the number of 120 respondents. For processing and analyzing data in this study, using SPSS 16.0 software as a data processing software. The result of analysis shows that service quality, product quality, environmental quality have positive and significant effect to customer satisfaction. In addition, customer satisfaction has a positive and significant effect on the intention to make repurchase.

These empirical findings indicate that product quality has an effect on consumer satisfaction is higher than other variables, because it has a regression coefficient of 0.719. Quality of service has greater influence than environmental quality to consumer satisfaction of 0.703. Based on the results of these empirical findings, also indicated that the quality of the environment has an influence on consumer satisfaction of 0.702. In addition, customer satisfaction has the greatest influence on repurchase with a regression coefficient of 0.734.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Environmental Quality, Consumer Satisfaction, and Repurchase

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan, kualitas produk/makanan, kualitas lingkungan, nilai yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen, serta pengaruh dari kepuasan konsumen terhadap niat untuk melakukan pembelian kembali pada konsumen Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu orang-orang yang tinggal di wilayah kota Surabaya, telah membeli dan mengonsumsi produk Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya dalam tiga bulan terakhir, dan berumur antara 17-65 tahun dengan jumlah 120 responden. Untuk pengolahan dan penganalisaan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan software SPSS 16.0 sebagai *software* untuk mengolah data. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, kualitas lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melakukan pembelian kembali.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lain, karena memiliki koefisien regresi sebesar 0.719. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan kualitas lingkungan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.703. Berdasarkan hasil temuan empiris tersebut, ditunjukkan pula bahwa kualitas lingkungan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.702. Selain itu, kepuasan konsumen memiliki pengaruh terbesar terhadap pembelian kembali dengan koefisien regresi 0,734.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kualitas Lingkungan, Kepuasan Konsumen, dan Pembelian Kembali