

ABSTRACT

At this time, the industry is growing rapidly in Indonesia is the food and beverage industry, one of the restaurant. In the city of Surabaya is, the industry is now growing rapidly and became the belle of the restaurant. The high rate of growth of restaurants in Surabaya is not apart from society Surabaya revenue increases. In addition to increased revenue, changes in people's lifestyles Surabaya who now prefer to eat at the restaurant because it was felt more prestige also help the growth of restaurants in Surabaya. To be able to survive in the competition, every restaurant needs to improve Repurchase Intention

This study aimed to analyze the influence of variables Decor, spatial layout, Ambient Condition, Food Quality, Service Quality, Price, and Customer Satisfaction Intention to Repurchase Restaurant "Richeese Factory" in Surabaya.

The sample used in this study is the men and women who live in the city of Surabaya who purchase and consume products "Richeese Factory" outlet "Richeese Factory" more than once in the last 3 months, aged 18-60 years, a number of 150 respondents. For processing and analyzing the data in this research is by using SPSS as a software to process the data. Statistical analysis showed that the product and service solutions (SPSS) with 22.0 as software software to process the data.

Empirical findings indicate that the relationship Customer Satisfaction to Repurchase Intention has a regression coefficient of the highest with a value of 0.487, then the influence of Décor on Customer Satisfaction with regression coefficient of 0.055, the relationship between the spatial layout of the Customer Satisfaction has a regression coefficient of the highest second with a value of 0.440, relations between Ambient Conditions for Customer Satisfaction has a regression coefficient lowest with a value of 0.003, the relationship between the Food Quality for Customer Satisfaction has a regression coefficient of 0.120, the relationship between Service Quality on Customer Satisfaction has a regression coefficient of 0.364, and lastly the relationship between Price to Customer Satisfaction has a regression coefficient of 0.074.

Keywords: Décor, spatial layout, Ambient condition, Food quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention.

ABSTRAK

Pada saat ini, industri yang sedang bertumbuh dengan pesat di Indonesia adalah industri makanan dan minuman, salah satunya Restoran. Di kota Surabaya pun, industri yang kini sedang tumbuh dengan pesat dan menjadi primadona adalah Restoran. Tingginya tingkat pertumbuhan dari restoran yang ada di Surabaya ini tidak terlepas dari pendapatan masyarakat Surabaya yang semakin meningkat. Selain pendapatan yang meningkat, perubahan gaya hidup masyarakat Surabaya yang kini lebih menyukai makan di Restoran karena dirasa lebih *prestige* juga turut membantu pertumbuhan restoran yang ada di Surabaya. Untuk dapat bertahan dalam persaingan, setiap Restoran perlu untuk meningkatkan *Repurchase Intention*

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa pengaruh variabel *Decor*, *spatial layout*, *Ambient Condition*, *Food Quality*, *Service Quality*, *Price*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* Restoran “Richeese Factory” di Surabaya.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu pada laki-laki dan wanita yang tinggal di wilayah kota Surabaya yang melakukan pembelian serta mengkonsumsi produk “Richeese Factory” di outlet “Richeese Factory” lebih dari sekali dalam 3 bulan terakhir, berusia 18-60 tahun, sejumlah 150 responden. Untuk pengolahan dan penganalisaan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan SPSS sebagai software untuk mengolah data. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Statistical product and service solutions* (SPSS) dengan software 22.0 sebagai software untuk mengolah data.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa hubungan *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* memiliki koefisien regresi paling tinggi dengan nilai sebesar 0.487, lalu pengaruh *Décor* terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.055, hubungan antara *spatial layout* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi paling tinggi kedua dengan nilai sebesar 0.440, hubungan antara *Ambient Condition* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi paling rendah dengan nilai sebesar 0.003, hubungan antara *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi sebesar 0.120, hubungan antara *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi sebesar 0.364, dan terakhir hubungan antara *Price* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi sebesar 0.074.

Kata Kunci: *Décor*, *spatial layout*, *Ambient condition*, *Food quality*, *Service Quality*, *Price*, *Customer Satisfaction*, dan *Repurchase Intention*.