

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 “Comedy Café” di Surabaya.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu pada laki-laki dan wanita yang tinggal di wilayah kota Surabaya yang melakukan pembelian di “Comedy Cafe” lebih dari sekali dalam 3 bulan terakhir, berusia 18-60 tahun, sejumlah 176 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 16.0 sebagai software untuk mengolah data.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa hubungan *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* memiliki koefisien regresi dengan nilai sebesar 0.504, lalu pengaruh *Ambient Condition* terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.334, hubungan antara *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi sebesar 0.256, hubungan antara *Decor* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi paling tinggi sebesar 0.154, hubungan antara *Price* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi sebesar 0.136, dan terakhir hubungan antara *Spatial Layout* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi sebesar 0.126,

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

ABSTRACT

Recently, an industry that is growing rapidly in Indonesia was food and beverage industry, one of them is the restaurant. The high rate of restaurant growth in Surabaya inseparable from increasing income of its citizen. Not only increasing in income but also changing in lifestyle, which make Surabaya's people love to eat in a restaurant because of prestige, also boost the restaurant's growth. Every restaurant needs to increase behavioral intention in order to survive in the competition.

This study aimed to analyze the effect of variable décor, spatial layout, Ambient Condition, Food Quality, Service Quality, Price, and Customer Satisfaction on Repurchase Intention Restaurant "Comedy Cafe" in Surabaya.

The sample used in this research that the men and women who live in the city of Surabaya who make a purchase at the "Comedy Café" more than once in the last 3 months, aged 18-60 years, a number of 176 respondents. For processing and analyzing the data in this study by using SPSS as the software to process the data. Statistical analysis showed that the product and service solutions (SPSS) with a 16.0 software to process the data.

The empirical findings indicate that the relationship Customer Satisfaction on Repurchase Intention has a regression coefficient with a value of 0504, then the effect of Ambient Conditions on Customer Satisfaction with regression coefficient of 0334, the relationship between Service Quality on Customer Satisfaction has a regression coefficient of 0256, the relationship between the décor to the Customer Satisfaction has the highest regression coefficient of 0154, the relationship between Price on Customer Satisfaction has a regression coefficient of 0.136, and finally the relationship between the spatial layout of the Customer Satisfaction has a regression coefficient of 0.126.

Keywords: Decor, Spatial Layout, Ambient Condition, Food Quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi kasus yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasakan masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khusus ditujukan kepada:

1. Prof. Louie Divinagracia, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Amelia, S.E., RFP-I, M.M., selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Yanuar Dananjaya, B. Sc., M.M., selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Ronald Suryaputra, S.T., M.M., selaku ketua jurusan manajemen yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Hananiel M. Gunawan, BA., MBA selaku dosen penguji pertama yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
6. Ibu Oliandes Sondakh, S.E., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
7. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui

suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

8. Kedua orang tua khususnya Papa dan Mama, Kedua saudara penulis yaitu Felicia dan Cerin, serta keluarga besar saya yang telah banyak membantu dan berdoa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas terutama penelitian tugas akhir ini.
9. Teman – teman mahasiswa seperjuangan Amanda Ananta Supit, Pamela Tjahyadi, dan Vivy Fareizha yang telah memberikan supportnya setiap hari, serta relasi-relasi yang selama ini berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama-sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, Saudari, dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 19 Juli 2014

Filian Lilihata

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHI	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Restaurant Environmental Cues</i>	15
2.1.2 <i>Non-environmental Cues</i>	15
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i>	15
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.1.5 <i>Decor</i>	19
2.1.6 <i>Spatial Layout</i>	19
2.1.7 <i>Ambient Conditions</i>	20
2.1.8 <i>Food Quality</i>	21
2.1.9 <i>Service Quality</i>	24

2.1.10 <i>Price</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Pengembangan Hipotesis	29
2.3.1 Hubungan <i>Decor</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.2 Hubungan <i>Spatial Layout</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.3 Hubungan <i>Ambient Condition</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.3.4 Hubungan <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.3.5 Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.3.6 Hubungan <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.3.7 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	32
2.4 Model Penelitian	33
2.5 Bagan Alur Berpikir	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.1.1 Jenis Data.....	36
3.1.2 Sumber Data	36
3.2 Populasi Dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	41
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Pengolahan Data	44
3.5.2 Pengujian Hipotesis	44
3.5.2.1 Uji Validitas	45
3.5.2.2 Uji Realibilitas	45
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.5.2.4 Uji Regresi Linearitas	47
3.5.2.5 Analisis Linear Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>)	48
3.5.2.6 Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	48
3.5.2.7 Koefisien Korelasi (R)	49
3.5.2.8 Koefisien Determinasi (R^2)	49

3.5.2.9 Pengujian Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DATA DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Restoran “Comedy Cafe” di Surabaya	51
4.2 Analisis Data	52
4.2.1 Statistik Deskriptif	52
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.1.3 Tanggapan Responden	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	62
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Decor</i>	62
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Spatial Layout</i>	63
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Ambient Condition</i>	64
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	66
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	67
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Price</i>	69
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	70
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i>	71
4.2.3 Uji Validita	72
4.2.4 Uji Reliabilitas	74
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	75
4.2.5.1 Uji Normalitas	75
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas	77
4.2.5.3 Uji Multikolinearitas	80
4.2.5.4 Uji Linearitas	82
4.3 Metode Analisis Statistik	83
4.3.1 Analisis Regresi	83
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana	83
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda	84
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	86
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	86
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	86
4.3.2.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	86

4.4 Metode Pengujian Hipotesis	87
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	87
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	88
4.5 Pembahasan	90
BAB V KESIMPULAN	107
5.1 Simpulan.....	107
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	107
5.1.1.1 Pengaruh <i>Decor</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	107
5.1.1.2 Pengaruh <i>Spatial Layout</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	108
5.1.1.3 Pengaruh <i>Ambient condition</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	108
5.1.1.4 Pengaruh <i>Food quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	109
5.1.1.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	109
5.1.1.6 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	110
5.1.1.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	111
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	111
5.2 Implikasi.....	112
5.2.1 Implikasi Teoritis	112
5.2.2 Implikasi Manajerial	114
5.3 Rekomendasi	122
DAFTAR PUSTAKA	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Dekorasi Comedy Cafe Surabaya.....	5
Gambar 1.2 Tata Ruangan Comedy Cafe Surabaya	6
Gambar 1.3 Makanan Comedy Cafe Surabaya	8
Gambar 1.4 Bukti Pembayaran Comedy Cafe Surabaya	9
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Dekorasi Comedy Cafe	56
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Repurchase Intention</i>	76
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	77
Gambar 4.5 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Repurchase Intention</i>	78
Gambar 4.6 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sigi Awal Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pelanggan “Comedy Cafe” Di Surabaya.....	10
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
Table 3.3 <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi	50
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Derajat Penilaian Setiap Variabel	54
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Decor</i>	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Spatial Layout</i>	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Ambient Condition</i>	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food Quality</i>	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i>	59
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Price</i>	60
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	61
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	62
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Decor</i>	63
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Spatial Layout</i> ..	64
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Ambient Condition</i>	65
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Food Quality</i> ..	66
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	67
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price</i>	69
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Consumer</i> <i>Satisfaction</i>	70
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Repurchase</i> <i>Intention</i>	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Décor</i>	72
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Spatial Layout</i>	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Ambient Condition</i>	72
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Food Quality</i>	73

Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	73
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price</i>	73
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	73
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	73
Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas <i>Decor</i>	74
Tabel 4.28 Hasil Uji Reliabilitas <i>Spatial Layout</i>	74
Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas <i>Ambient Condition</i>	74
Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas <i>Food Quality</i>	74
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i>	74
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas <i>Price</i>	75
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	75
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i>	75
Tabel 4.35 Kolmogorov Smirnov model 1 (<i>Customer Satisfaction * Repurchase Intention</i>).....	75
Tabel 4.36 Kolmogorov Smirnov model 2 (<i>Decor, Spatial Layout, Ambient Condition, Food Quality, Service Quality, Price * Customer Satisfaction</i>)	76
Tabel 4.37 Hasil Uji Spearsman's 1 (<i>Customer Satisfaction * Repurchase Intention</i>).....	78
Tabel 4.38 Hasil Uji Spearsman's 2 (<i>Decor, Spatial Layout, Ambient Condition, Food Quality, Service Quality, Price * Customer Satisfaction</i>)	80
Tabel 4.39 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	81
Tabel 4.40 Hasil Uji Linearitas	82
Tabel 4.41 Hasil Uji Regresi Sederhana (<i>Customer Satisfaction * Repurchase Intention</i>)	83
Tabel 4.42 Hasil Uji Regresi Berganda (<i>Decor, Spatial Layout, Ambient Condition, Food Quality, Service Quality, Price * Customer Satisfaction</i>)	84
Tabel 4.43 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	86
Tabel 4.44 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R^2)	87
Tabel 4.45 Hasil Uji F	87
Tabel 4.46 Hasil Uji T	88

Tabel 5.1 Implikasi Teoritis 112
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial 118

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: HASIL INTERVIEW

LAMPIRAN B: SIGI AWAL

LAMPIRAN C: KUESIONER

LAMPIRAN D: TABULASI DATA KUESIONER

LAMPIRAN E: HASIL PERHITUNGAN DATA MENGGUNAKAN SPSS 16.0

LAMPIRAN F: ANALISIS KUALITAS DATA

LAMPIRAN G: UJI MODEL PENELITIAN

LAMPIRAN H: ANALISIS HIPOTESIS PENELITIAN

LAMPIRAN I: FOTO DEKORASI DAN MENU MAKANAN RESTORAN MY
KOPI-O DAN THE LIGHT CUP