

## ABSTRAK

Muhammad Yusuf Nouvaldo (02014210007)

### **PENGARUH *FOOD QUALITY*, *ATMOSPHERE*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE FAIRNESS*, TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN WAROENG AROMA DI KOTA GRESIK**

(xii + 104; 13 gambar; 26 tabel; 4 lampiran)

Banyaknya bisnis di bidang kuliner ini membuat persaingan antar pebisnis semakin ketat dan sengit yang di buktikan dengan banyaknya bisnis di bidang kuliner yang menawarkan produk yang sama tetapi terdapat perbedaan dari segi rasa maupun variatif harga yang di tawarkan. Bisnis kuliner ini sangat digemari oleh masyarakat Indonesia khususnya pada generasi millennial. Teknologi yang makin hari kian berkembang juga memudahkan pengusaha kuliner dalam menjual produk mereka secara *online*. Pada penelitian ini, penulis menentukan objek penulisan dengan merujuk pada Waroeng Aroma yang terletak di Kabupaten Gresik, Jawa Timur yang juga memanfaatkan sistem penjualan online juga mempertahankan penjualan secara *offline* guna mendapatkan *customer satisfaction* untuk melakukan *revisit intention* dikarenakan banyaknya pemain di dalam pasar untuk bidang kuliner dan industri ini terus berkembang secara pesat mengikuti perkembangan yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *food quality*, *atmosphere*, *service quality*, *price fairness* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction* pada Waroeng Aroma di Kota Gresik. Penelitian ini merupakan penelitian metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria usia 18 sampai 50 tahun, berdomisili di Gresik dan Sekitarnya, dan konsumen yang berkunjung ke Waroeng Aroma dalam kurun waktu 2 kali dalam 3 bulan terakhir. Pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 26.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* dengan koefisien regresi sebesar 0,130, *atmosphere* memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* dengan koefisien regresi sebesar 0,112, *service quality* memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* dengan koefisien regresi sebesar 0,209, *price fairness* memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* dengan koefisien regresi sebesar 0,229, *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* dengan koefisien regresi sebesar 0,845.

**Kata Kunci :** *Food Quality, Atmosphere, Service Quality, Price Fairness, Revisit Intention, Customer Satisfaction*

Referensi: 16 (2019-2023)

## **ABSTRACT**

Muhammad Yusuf Nouvaldo (02014210007)

### ***THE INFLUENCE OF FOOD QUALITY, ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY, AND PRICE FAIRNESS ON REVISIT INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AMONG WAROENG AROMA CUSTOMERS IN GRESIK CITY.***

*(xii + 104 pages; 13 figures; 26 tables; 4 appendices)*

*The growing number of culinary businesses has intensified competition among entrepreneurs, evidenced by the abundance of similar products in the market. These businesses differentiate themselves through variations in taste and pricing strategies. Culinary ventures are highly favored by Indonesians, particularly the millennial generation. Additionally, advancements in technology have facilitated culinary entrepreneurs in selling their products online. This study focuses on Waroeng Aroma, located in Gresik, East Java, which leverages online sales while maintaining offline operations to enhance customer satisfaction and encourage revisit intention. This strategy is essential due to the highly competitive nature of the culinary industry, which continues to evolve rapidly.*

*The research aims to analyze the influence of food quality, atmosphere, service quality, and price fairness on revisit intention through customer satisfaction at Waroeng Aroma in Gresik. This study employs a quantitative research method. Data collection was conducted using a questionnaire distributed through purposive sampling, targeting respondents aged 18 to 50 years, residing in Gresik and its surrounding areas, and who have visited Waroeng Aroma at least twice in the last three months. Data processing and analysis were performed using SPSS version 26.*

*The findings indicate that food quality significantly influences revisit intention with a regression coefficient of 0.130. Atmosphere also affects revisit intention with a regression coefficient of 0.112. Service quality impacts revisit intention with a regression coefficient of 0.209, while price fairness shows a regression coefficient of 0.229. Furthermore, customer satisfaction significantly influences revisit intention, with a regression coefficient of 0.845.*

**Keywords :** *Food Quality, Atmosphere, Service Quality, Price Fairness, Revisit Intention, Customer Satisfaction*

*References: 16 (2019-2023)*