

ABSTRACT

SHANIA LIM

03013210020

THE INFLUENCE BRAND LOYALTY AS MODERATOR ROLE ON RESTAURANT ATMOSPHERE, MENU VARIETY, AND PROMOTION TOWARD CUSTOMER REVISIT INTENTION AT GOLDEN LAMIAN SUN PLAZA MEDAN

(xv + 103 pages, 8 images, 44 tables, 9 appendices)

Based on visitor data at Golden Lamian Sun Plaza, it was found that this restaurant has challenges in brand loyalty. Brand loyalty is one of the important factors to increase customer revisit intention. This study focuses on three variables, namely restaurant atmosphere (RA), menu variety (MV), and promotion (P), to determine the effect of these three variables on customer revisit intention (CRI) with brand loyalty (BL) as a moderation at Golden Lamian Sun Plaza. This study uses a quantitative method. Data were collected through the distribution of Google Forms questionnaires. The population in this study is unknown. The Lemenshow method was used to determine the minimum sample size of 97 people, with the final sample consisting of 100 respondents. All data results successfully passed the validity and reliability tests carried out using SPSS 27. In addition, the data results using SmartPLS 4 have passed the outer model test. The P-value of $0.000 < 0.05$ signifies that restaurant atmosphere influences customer revisit intention; the P-value of $0.002 < 0.05$, signifies that menu variety influences customer revisit intention dan P-value of $0.000 < 0.05$ signifies that promotion influences customer revisit intention. the P-value of $0.285 > 0.05$, signifies that brand loyalty does not act as moderator between restaurant atmosphere and customer revisit intention and P-value of $0.101 > 0.05$ signifies that brand loyalty does not act as a moderator between promotion and customer revisit intention, while P value of $0.035 < 0.05$ indicates that brand loyalty can be a moderator between menu variety and customer revisit interest. Recommendations that can be given to Golden Lamian Sun Plaza are to maintain promotions, restaurant atmosphere and menu variety to increase customer revisit intention.

Keywords: Brand Loyalty, Restaurant Atmosphere, Menu Variations, Promotions, Customer Revisit Intention

References: 53 (2019-2024)

ABSTRAK

SHANIA LIM

03013210020

PENGARUH LOYALITAS MEREK SEBAGAI PERAN MODERATOR TERHADAP SUASANA RESTORAN, VARIASI MENU, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG PELANGGAN DI GOLDEN LAMIAN SUN PLAZA MEDAN

(xv + 103 halaman, 8 gambar, 44 tabel, 9 lampiran)

Berdasarkan data pengunjung di Golden Lamian Sun Plaza, ditemukan bahwa restoran ini memiliki tantangan dalam loyalitas merek. Loyalitas merek merupakan salah satu faktor penting untuk dapat meningkatkan minat kunjungan ulang pelanggan. Penelitian ini berfokus pada tiga variabel yaitu suasana restoran (RA), variasi menu (MV), dan promosi (P), untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel ini terhadap minat kunjungan ulang (CRI) dengan loyalitas merek (BL) sebagai moderasi di Golden Lamian Sun Plaza. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner Google Forms. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Metode Lemeshow digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal 97 orang, dengan sampel akhir terdiri dari 100 responden. Seluruh hasil data berhasil melewati uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 27. Selain itu, hasil data dengan menggunakan SmartPLS 4 telah lolos uji outer model. Nilai P sebesar $0,000 < 0,05$ berarti suasana restoran berpengaruh terhadap minat kunjung ulang pelanggan; nilai P sebesar $0,002 < 0,05$ menunjukkan bahwa variasi menu berpengaruh terhadap minat kunjung ulang pelanggan dan nilai P sebesar $0,000 < 0,05$ berarti promosi berpengaruh terhadap minat kunjung ulang pelanggan. nilai P sebesar $0,285 > 0,05$ berarti loyalitas merek tidak berperan sebagai moderator antara suasana restoran dengan minat kunjung ulang pelanggan dan nilai P sebesar $0,101 > 0,05$ berarti loyalitas merek tidak berperan sebagai moderator antara promosi dengan minat kunjung ulang pelanggan, sedangkan nilai P sebesar $0,035 < 0,05$ berarti loyalitas merek dapat berperan sebagai moderator antara variasi menu dengan minat kunjung ulang pelanggan. Rekomendasi yang dapat diberikan kepada Golden Lamian Sun Plaza adalah mempertahankan promosi, suasana restoran dan variasi menu guna meningkatkan minat kunjung ulang.

Kata Kunci: *Loyalitas Merek, Suasana Restoran, Variasi Menu, Promosi, Minat Kunjungan Ulang*

Referensi: 53 (2019-2024)