

**ANALISIS PENGARUH SUASANA RESTORAN DAN PERSEPSI KUALITAS
MAKANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI
(Studi pada Kalluna, Yogyakarta)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Nadhifa Ismi Salsabila

NPM: 16 03 22612

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
JUNI 2020**

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH SUASANA RESTORAN DAN PERSEPSI KUALITAS
MAKANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI
(Studi pada Kalluna, Yogyakarta)



Disusun oleh:
Nadhifa Ismi Salsabila
NPM: 16 03 22612

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 416/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Kamis, 2 Juli 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|---------------|
| 1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. | Ketua Penguji |
| 2. Drs. P. Didit Krisnadewara, MM. | Anggota |
| 3. Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D. | Anggota |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Nadhifa Ismi Salsabila
NPM : 160322612

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH SUASANA RESTORAN DAN PERSEPSI KUALITAS
MAKANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI
(Studi pada Kalluna, Yogyakarta)**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juni 2020

Yang menyatakan

Nadhifa Ismi Salsabila

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa beserta seluruh manifestasiNya. Saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul analisis pengaruh suasana restoran dan persepsi kualitas makanan terhadap niat berkunjung kembali di Kalluna, Yogyakarta sebagai objek penelitian. Penulisan penelitian ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari pihak-pihak yang memberi arahan, bimbingan serta dukungan. Maka dari itu saya ingin menyampaikan rasa terimakasih saya kepada:

1. Orang tua, kakek, nenek, keluarga serta kakak dan adik saya yang selalu memberikan semangat serta doa dan dukungannya hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M. Si yang telah memberikan tenaga dan waktunya untuk membimbing dan membantu saya semenjak mata kuliah perilaku konsumen, *multivariate*, seminar hingga menjadi dosen pembimbing tugas akhir saya.
3. Dode Debby yang sudah rela mendengarkan keluh dan kesah, menemani, membantu serta memberikan dukungannya kepada saya selama proses pengerjaan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Bun Angel, Bun Kin, Bun Bet, Bun Bel, Bun Geb, Bun Tata yang mengajak ke Kalluna dan jadi inspirasi skripsi serta selalu mendukung selama proses pengerjaan skripsi ini.
5. Anak-anak kontrakan ale, Cindy, Anggie, Emy, Laras, Bambang, semuanya deh pokoknya yang udah doain dan dukung kelancaran skripsi ini.
6. Seluruh kerabat dan sahabat di Bali maupun di Jogja yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan dukungan kepada saya dalam mengerjakan tugas akhir ini.
7. *Team* “Skripsi Calon Profesor” sebagai *team* yang selalu mau saling membantu dan mendukung satu sama lain dalam mengerjakan tugas akhir ini.
8. Keluarga “Kos Flamingo” yang selalu mendukung dan berbagi *supply* makanan saat mengerjakan tugas akhir ini.
9. Keluarga dan sahabat Loepa Lelah Coffee yang telah menyediakan *wifi, coffee* dan tempat yang nyaman untuk mengerjakan tugas akhir ini.

Saya berharap dengan dilakukannya penelitian ini, selain sebagai pemenuhan syarat kelulusan namun dapat juga berguna bagi pihak Kalluna, Yogyakarta maupun pelaku bisnis yang ingin mengembangkan usahanya. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pertimbangan pengembangan kualitas sebuah restoran atau *café* melalui suasana yang diciptakan dan kualitas makanan yang disajikan.

MOTTO



“If it doesn’t challenge you, It won’t change you”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT KETERANGAN DEKAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	9

1.6	Sistematika Penulisan.....	10
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA		
2.1	Landasan Teori.....	12
2.1.1	Suasana Restoran (<i>Dining Atmosphere</i>).....	12
2.1.2	Persepsi Kualitas Makanan (<i>Perceived of Food Quality</i>).....	13
2.1.3	Nilai yang Dirasakan (<i>Perceived Value</i>).....	15
2.1.4	Emosi Konsumen (<i>consumption emotion</i>).....	15
2.1.5	Niat Berkunjung Kembali (<i>Re-patronage Intention</i>).....	16
2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.3	Pengembangan Hipotesis	21
2.3.1	Suasana restoran dan persepsi kualitas makanan.....	21
2.3.2	Efek suasana restoran dan persepsi kualitas makanan pada nilai yang dirasakan konsumen.....	22
2.3.3	Dampak suasana restoran dan persepsi kualitas makanan pada emosi konsumen.....	23
2.3.4	Hubungan antara nilai yang dirasakan dan emosi konsumen	25
2.3.5	Dampak nilai yang dirasakan dan emosi konsumen terhadap niat berkunjung kembali	26

2.3.6	Peran mediasi persepsi kualitas makanan, nilai yang dirasakan dan emosi konsumen.....	27
2.4	Model Penelitian.....	29
BAB III: METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Desain Penelitian.....	30
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3	Sampel Penelitian.....	33
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
3.5.1	Uji Validitas.....	37
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.6	Metode Analisis Data.....	39
3.6.1	Analisis Deskriptif Statistik Responden.....	39
3.6.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	40
BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Analisis Profil Responden.....	45
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	46
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Rata-rata Pendapatan/ Uang Saku....	
	46

4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Status (Pendidikan/ Pekerjaan)	47
4.1.5	Analisis berdasarkan Jumlah Kunjungan Responden dalam 1 Tahun Terakhir	48
4.1.6	Analisis berdasarkan Darimana Responden Mengetahui Kalluna, Yogyakarta.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.7	Analisis berdasarkan Alasan Responden Mengunjungi Kalluna Yogyakarta.....	49
4.1.8	Analisis berdasarkan Dengan Siapa Responden Mengunjungi Kalluna Yogyakarta.....	50
4.2	Analisis Deskriptif.....	52
4.3	Analisis Partial Least Square (PLS)	54
4.4	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
4.4.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	55
4.4.2	Uji <i>Discriminant Validity</i>	56
4.4.3	Uji <i>Composite Reliability</i>	59
4.5	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	60
4.5.1	Uji <i>R-Square</i> , <i>Q-Square</i> , dan <i>F-Square</i>	60
4.6	Pengujian Hipotesis	65
4.7	Uji Mediasi	69

4.7.1	Bentuk Mediasi	73
4.8	Pembahasan Hipotesis	78
4.8.1	Hubungan Suasana Restoran dan Persepsi Kualitas Makanan	78
4.8.2	Suasana Restoran Memiliki Pengaruh yang Menguntungkan pada Nilai yang Dirasakan Konsumen	80
4.8.3	Kualitas Makanan Memiliki Pengaruh yang Menguntungkan pada Nilai yang Dirasakan Konsumen	81
4.8.4	Suasana Restoran Memiliki Pengaruh Positif terhadap Emosi Konsumen	82
4.8.5	Persepsi Kualitas Makanan Memiliki Pengaruh Positif terhadap Emosi Konsumen	84
4.8.6	Nilai yang Dirasakan Secara Positif Mempengaruhi Emosi Konsumen... ..	85
4.8.7	Nilai yang Dirasakan Secara Positif Mempengaruhi Niat Konsumen Berkunjung Kembali.....	86
4.8.8	Emosi Konsumen Memiliki Pengaruh Langsung pada Niat Konsumen Berkunjung Kembali.....	87
4.8.9	Hubungan antara Suasana Restoran dan Nilai yang Dirasakan Dimediasi oleh Persepsi Kualitas Makanan	87

4.8.10	Hubungan antara Suasana Restoran dan Emosi Konsumen Dimediasi oleh Persepsi Kualitas Makanan dan Nilai yang dirasakan	88
4.8.11	Hubungan antara Persepsi Kualitas Makanan dan Emosi Konsumen Dimediasi oleh Nilai yang Dirasakan	90
4.8.12	Hubungan antara Suasana Restoran dan Niat Berkunjung Kembali Dimediasi oleh Persepsi Kualitas Makanan dan Nilai yang Dirasakan.....	91
4.8.13	Hubungan antara Persepsi Kualitas Makanan dan Niat Berkunjung Kembali Dimediasi oleh Nilai yang Dirasakan dan Emosi Konsumen.....	92
4.8.14	Hubungan antara Nilai yang Dirasakan dan Niat Berkunjung Kembali Dimediasi oleh Emosi Konsumen.....	93
BAB V: PENUTUP	95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Implikasi Manajerial.....	98
5.3	Saran dan Keterbatasan Penelitian	100
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Variabel	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.1 Karakteristik Pengunjung Kalluna Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Pengunjung Kalluna Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Pengunjung Kalluna Berdasarkan Rata-rata Pendapatan/ Uang Saku	47
Tabel 4.4 Karakteristik Pengunjung Kalluna Berdasarkan Status Pekerjaan/ Pendidikan	48
Tabel 4.5 Analisis Berdasarkan Jumlah Kunjungan di Kalluna dalam 1 Tahun Terakhir	48
Tabel 4.6 Analisis <i>Mean, Minimum, Maximum, Std. Deviation</i>	52
Tabel 4.7 Hasil AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	56
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4.9 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	59

Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	60
Tabel 4.11 Hasil <i>R-Square</i>	61
Tabel 4.12 Hasil <i>Q-Square</i>	62
Tabel 4.13 Hasil <i>F-Square</i>	63
Tabel 4.14 Hasil <i>Path Coefficient</i>	65
Tabel 4.15 Hasil <i>Specific Indirect Effects</i>	69
Tabel 4.16 Tabel Model Hubungan antara Variabel Suasana Restoran, Persepsi Kualitas Makanan dan Nilai yang Dirasakan	73
Tabel 4.17 Tabel Model Hubungan antara Variabel Persepsi Kualitas Makanan, Nilai yang Dirasakan dan Emosi Konsumen.....	75
Tabel 4.18 Tabel Model Hubungan antara Variabel Nilai yang Dirasakan, Emosi Konsumen dan Niat Berkunjung Kembali	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Jumlah Konsumen <i>F&B Service</i> di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Pernak-pernik Kalluna	5
Gambar 1.3 <i>Interior Design</i> Kalluna.....	5
Gambar 1.4 <i>Chicken Steak by</i> Kalluna.....	7
Gambar 1.5 <i>Klepon Cake by</i> Kalluna.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Analisis Berdasarkan Darimana Mengetahui Kalluna.....	49
Gambar 4.2 Analisis Berdasarkan Alasan Responden Mengunjungi Kalluna, Yogyakarta	50
Gambar 4.3 Analisis Berdasarkan Dengan Siapa Responden Mengunjungi Kalluna.	51
Gambar 4.4 Model Struktural.....	54
Gambar 4.5 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	55
Gambar 4.6 Pengaruh Variabel Suasana Restoran terhadap Nilai yang Dirasakan dimediasi oleh Variabel Persepsi Kualitas Makanan	74

Gambar 4.7 Pengaruh Variabel Persepsi Kualitas Makanan terhadap Emosi
Konsumen dimediasi oleh Variabel Nilai yang Dirasakan..... 76

Gambar 4.8 Pengaruh Variabel Nilai yang Dirasakan terhadap Niat Berkunjung
Kembali di Mediasi oleh Variabel Emosi Konsumen 78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I <i>Pilot Study</i>	109
Lampiran II Kuisisioner	117
Lampiran III Kuisisioner Asli	125
Lampiran IV <i>Profiling</i> Responden dan Jawaban Pernyataan.....	131
Lampiran V Data Set Penelitian.....	135
Lampiran VI Uji Validitas dan Reliabilitas.....	138
Lampiran VII Analisis <i>Mean, Maximum, Minimum, Std. Deviation</i>	142
Lampiran VIII Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	146