

SKRIPSI
**“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berkunjung
Kembali Ke Chingu Cafe Yogyakarta”**



Disusun Oleh:
Febrian David Ginola
NPM: 170323405

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2021

SKRIPSI
**“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berkunjung
Kembali Ke Chingu Cafe Yogyakarta”**



Disusun Oleh:
Febrian David Ginola
NPM: 170323405

Telah dibaca dan disetujui oleh

Pembimbing

Dr. J. Ellyawati, MM.

LEMBAR PENGESAHAN



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 846/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Selasa, 3 Agustus 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---------------------------------------|-----------------|
| 1. Dr. J. Ellyawati, MM. | (Ketua Penguji) |
| 2. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. | (Anggota) |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |

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

Nama : Febrian David Ginola

NPM : 170323405

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Febrian David Ginola telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

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.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

PERNYATAAN

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

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE CHINGU CAFE YOGYAKARTA

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

Yogyakarta, Agustus 2021

Yang menyatakan,



Febrian David Ginola

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali Ke Chingu Cafe Yogyakarta” dengan baik. Penelitian ini ditulis sebagai upaya untuk memenuhi salah satu syarat untuk bisa mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selama proses pembuatan tugas akhir ini ditulis, tidak terlepas dari berbagai pihak yang sudah membantu untuk memberikan bimbingan, arahan, informasi, ilmu, dan juga dukungan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua, om, tante, sepupu-sepupu, dan keluarga yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungannya sehingga penulis bisa mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. sebagai dosen pembimbing yang sudah bersedia memberikan tenaga dan waktunya untuk mau membimbing serta membantu penulis dalam pengerjaan tugas akhir sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh teman dan sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu, baik teman SMP, SMA, ataupun teman perkuliahan yang selalu rela menemani, membantu, menjadi tempat keluh kesah, serta selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

4. Warga TikTok yang sudah begitu baik memberi semangat dan doa serta membantu memviralkan video yang penulis unggah sehingga penulis bisa mendapat responden dalam jumlah banyak dengan waktu yang singkat.
5. Seluruh responden yang rela meluangkan waktunya untuk mau mengisi kuesioner yang telah disebarakan secara *online*.
6. Diri sendiri yang sudah bertekad dan bekerja keras dari awal penulisan ini dilakukan hingga selesai.

Penulis harap dengan dilaksanakannya penelitian ini, selain digunakan penulis sebagai syarat untuk kelulusan, namun juga dapat bermanfaat bagi pihak Chingu Cafe Yogyakarta ataupun pelaku bisnis kuliner yang sedang mengembangkan bisnisnya. Penulis harap, penelitian ini juga bisa memberi manfaat lain sebagai referensi serta pertimbangan untuk mengembangkan suatu bisnis kuliner.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	11
2.1.2 Kualitas Layanan	11
2.1.3 Kualitas Makanan	12
2.1.4 Atmosfer	13
2.1.5 Nilai yang dirasakan pelanggan.....	13
2.1.6 Pelanggan Lain.....	14
2.1.7 Niat Berkunjung Kembali.....	14
2.1.8 Reputasi Restoran	15
2.1.9 Pencarian variasi baru.....	16
2.1.10 Kepercayaan.....	16
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	17

2.2.1 Kualitas layanan & makanan kepuasan pelanggan.....	17
2.2.2 Atmosfer restoran terhadap pelanggan	18
2.2.3 Harga dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan.....	19
2.2.4 Pelanggan lain terhadap kepuasan pelanggan.....	20
2.2.5 Kepuasan pelanggan terhadap niat berkunjung kembali	21
2.2.6 Reputasi restoran terhadap niat berkunjung kembali.....	22
2.2.7 Kecenderungan pencarian variasi baru	22
2.2.8 Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, niat berkunjung kembali, dan reputasi restoran	23
2.3 Model Penelitian.....	25
2.4 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian.....	31
3.2 Metode Pengambilan Sampel	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Pengukuran Variabel	34
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7 Metode Analisis Data	41
3.7.1 PLS-SEM (<i>Partial Least Square Structural Equation Modeling</i>).....	41
3.7.2 Analisis Deskriptif Profil Responden	43
3.7.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden Terhadap Variabel Amatan ..	43
BAB IV	44
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Profil Karakteristik Responden	44
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46

4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	46
4.1.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	47
4.2	Analisis <i>Mean</i> Aritmatik	48
4.2.1	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Makanan	49
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Layanan	50
4.2.3	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Atmosfer	51
4.2.4	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Harga/ Nilai Yang Dirasakan	52
4.2.5	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Pencarian Variasi Baru	53
4.2.6	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Pelanggan Lain	54
4.2.7	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan....	55
4.2.8	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Berkunjung Kembali	56
4.2.9	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepercayaan	57
4.2.10	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Reputasi Restoran.....	58
4.2.11	Nilai Standar Deviasi Tiap Variabel Pertanyaan	59
4.3	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	62
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	62
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
4.4	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	64
4.4.1	Evaluasi <i>Goodness of Fit Outer Model</i>	64
4.4.2	Evaluasi <i>Goodness of Fit Inner Model</i>	79
4.5	Pengujian Hipotesis	82
4.5.1	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	83
4.5.2	Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan	84
4.5.3	Pengaruh atmosfer terhadap kepuasan pelanggan	84
4.5.4	Pengaruh pelanggan lain terhadap kepuasan pelanggan	85
4.5.5	Pengaruh harga/nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan	85
4.5.6	Kepuasan pelanggan terhadap niat berkunjung kembali	86
4.5.7	Reputasi restoran terhadap niat berkunjung kembali.....	86
4.5.8	Pencarian variasi baru terhadap niat berkunjung kembali	87

4.5.9 Kepuasan pelanggan terhadap niat berkunjung kembali (dimediasi kepercayaan)	87
4.5.10 Reputasi restoran terhadap niat berkunjung kembali (dimediasi kepercayaan)	87
4.6 Pembahasan	89
4.6.1 Hipotesis 1: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	89
4.6.2 Hipotesis 2: Kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	90
4.6.3 Hipotesis 3: Atmosfer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	92
4.6.4 Hipotesis 4: Pelanggan lain berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	93
4.6.5 Hipotesis 5: Harga/nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	94
4.6.6 Hipotesis 6: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali	96
4.6.7 Hipotesis 7: Reputasi restoran berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali	97
4.6.8 Hipotesis 8: Pencarian variasi baru berpengaruh negatif terhadap niat berkunjung kembali	99
4.6.9 Hipotesis 9: Kepercayaan memediasi hubungan antara kepuasan pelanggan dan niat berkunjung kembali	100
4.6.10 Hipotesis 10: Kepercayaan memediasi hubungan antara reputasi restoran dan niat berkunjung kembali	102
BAB V	104
PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Implikasi Manajerial	107
5.3 Saran dan Keterbatasan Penelitian	110
DAFTAR PUSTAKA	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Dekorasi Chingu Cafe	6
Gambar 1.2	Makanan Chingu Cafe	6
Gambar 2.1	Model Penelitian	25

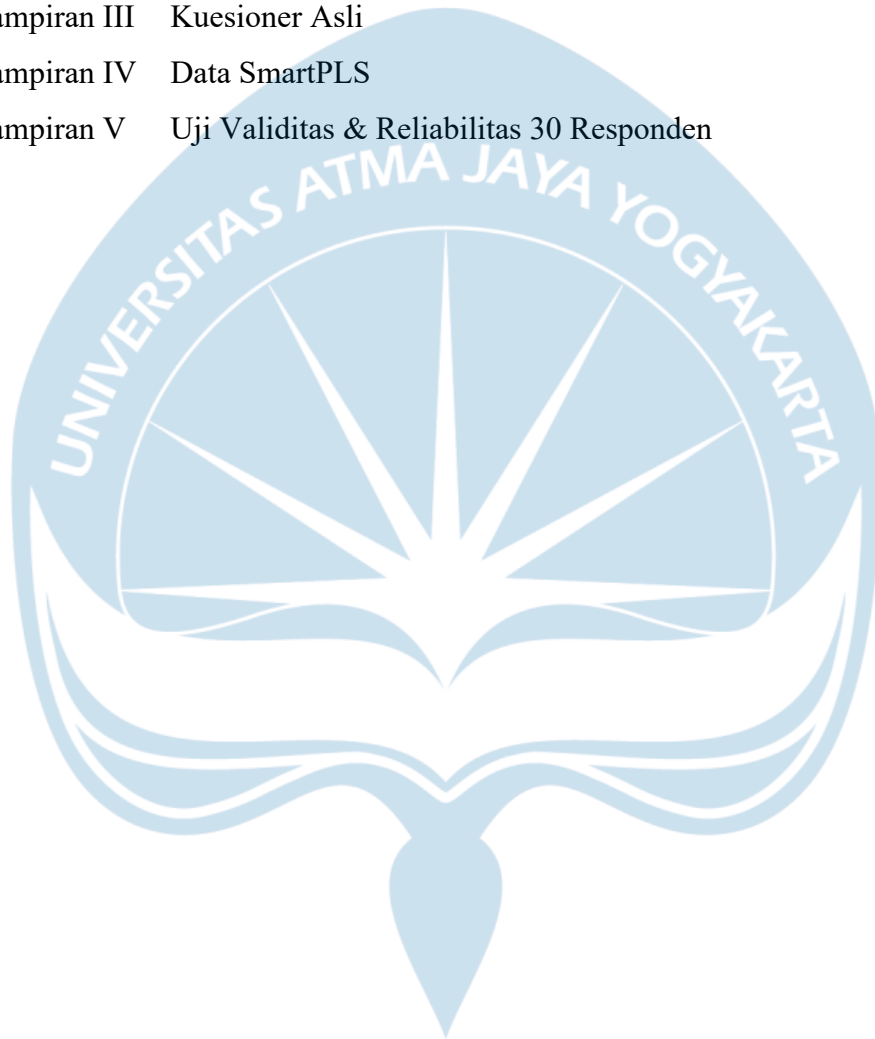


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 3.1	Pengukuran Variabel	34
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	46
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	47
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Kualitas Makanan	49
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Kualitas Layanan	50
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Atmosfer	51
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Harga/Nilai Yang Didapat	52
Tabel 4.10	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Pencarian Variasi Baru	53
Tabel 4.11	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Pelanggan Lain	54
Tabel 4.12	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Kepuasan Pelanggan	55
Tabel 4.13	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Niat Berkunjung Kembali	56
Tabel 4.14	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Kepercayaan	57
Tabel 4.15	Deskripsi Jawaban Pada Variabel Reputasi Restoran	58
Tabel 4.16	Nilai Standar Deviasi Setiap Variabel Pertanyaan	59
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.19	<i>Outer Loading</i>	65
Tabel 4.20	<i>Cross Loading</i>	68
Tabel 4.21	<i>Fornell Cracker Criterion</i>	72
Tabel 4.22	<i>Composite Reliability</i>	76
Tabel 4.23	Nilai <i>r-square & adjust r-square</i>	79
Tabel 4.24	Nilai <i>q-square</i>	81
Tabel 4.25	<i>Path Coefficient</i>	83
Tabel 4.26	Ringkasan Hasil Hipotesis	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Profil Responden	119
Lampiran II	Kuesioner	122
Lampiran III	Kuesioner Asli	127
Lampiran IV	Data SmartPLS	130
Lampiran V	Uji Validitas & Reliabilitas 30 Responden	141



“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali Ke Chingu Cafe Yogyakarta”

Disusun oleh: Febrian David Ginola

NPM: 170323405

Pembimbing: Dr. J. Ellyawati, MM.

ABSTRAK

Di era yang semakin modern saat ini, banyak bisnis yang bermunculan yang membuat persaingan semakin ketat. Salah satunya adalah industri *food & beverages*, dimana para pelaku bisnis saling bersaing untuk bisa menarik perhatian dan memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Ketika para pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang besar, maka hal ini akan memberikan berpengaruh positif terhadap bisnis tersebut seperti meningkatkan niat para pelanggan untuk mau berkunjung kembali di masa depan. Penelitian kali ini dilakukan untuk bisa mengetahui dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi niat untuk berkunjung kembali ke Chingu Cafe Yogyakarta. Responden penelitian ini berjumlah 540 orang yang di masa lampau sudah pernah berkunjung dan memiliki pengalaman makan di Chingu Cafe Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil akhir dari penelitian ini dapat dilihat bahwa 1) kualitas makanan, atmosfer, harga/nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, 2) kepuasan pelanggan dan reputasi restoran berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali, 3) kepercayaan berhasil memediasi hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap niat untuk berkunjung kembali dan berhasil memediasi hubungan antara reputasi restoran terhadap niat untuk berkunjung kembali.