

ABSTRAK

Salah satu jenis usaha yang sedang berkembang pesat sekarang adalah pada sektor *coffee shop*. *Coffee shop* banyak dikunjungi dari berbagai segmen masyarakat, dari anak muda sampai dewasa tanpa mengenal usia dikarenakan tempatnya yang nyaman serta bisa dijadikan pilihan untuk berbincang santai dengan teman atau kerabat yang ingin berjumpa. Oleh karena itu *coffee shop* sudah mulai berkembang di Indonesia terutama di kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas kopi, kualitas layanan, harga dan lingkungan restoran mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan juga memengaruhi niat dan kunjungannya kembali dari mulut ke mulut. Data populasi yang didapat untuk melakukan penelitian ini bersumber dari pengunjung yang ada di *coffee shop*. Sampel yang diambil berjumlah 216 responden.

Atmosphere café berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen untuk berkunjung kembali, *Service quality* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *word of mouth*, *Pricing* tidak reliabel sehingga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *word of mouth*, dan *Coffee quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intentions* dan *word of mouth* melalui mediasi kepuasan pelanggan pada *coffee shop* Two Hands Full Bandung.

Kata kunci : *Coffee shop*, *Atmosphere*, *Service Quality*, *Pricing*, *Coffee Quality*, *Revisit Intentions*, *Word of Mouth*

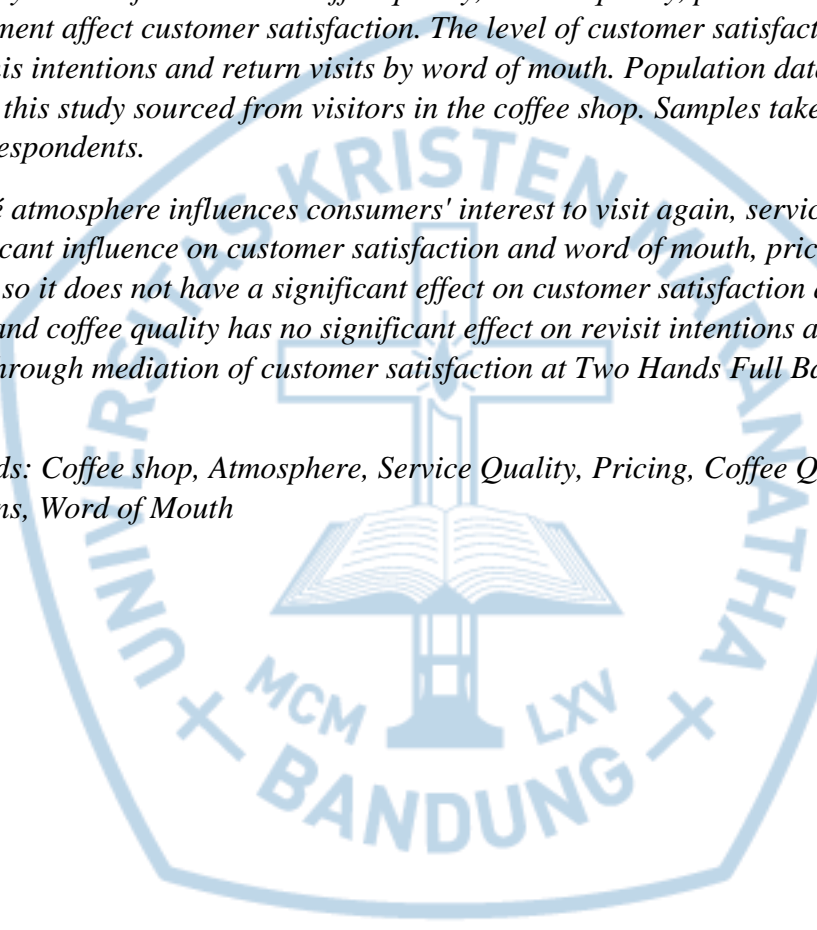
ABSTRACT

One type of business that is growing rapidly now is in the coffee shop sector. Coffee shops are visited by various segments of society, from young people to adults without knowing age because of the comfortable place and can be used as a choice for casual conversation with friends or relatives who want to meet. Therefore, coffee shops have begun to develop in Indonesia, especially in the city of Bandung.

This study aims to find out how coffee quality, service quality, price and restaurant environment affect customer satisfaction. The level of customer satisfaction also affects his intentions and return visits by word of mouth. Population data obtained to conduct this study sourced from visitors in the coffee shop. Samples taken amounted to 216 respondents.

The café atmosphere influences consumers' interest to visit again, service quality has a significant influence on customer satisfaction and word of mouth, pricing is not reliable so it does not have a significant effect on customer satisfaction and word of mouth, and coffee quality has no significant effect on revisit intentions and word of mouth through mediation of customer satisfaction at Two Hands Full Bandung coffee shop.

Keywords: Coffee shop, Atmosphere, Service Quality, Pricing, Coffee Quality, Revisit Intentions, Word of Mouth



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB 2	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.1 Model Perilaku Konsumen.....	11
2.2 Respon	12
2.4.1 Stimulus	12
2.4.2 Kualitas Jasa.....	13
2.4.3 DINERSERV (Dining Service Quality).....	13
2.4.4 Sikap.....	14
2.4.5 Perilaku	14
2.3 Kepuasan konsumen.....	14
2.4 Word of Mouth.....	16
2.4.1 Bentuk word of mouth	17
2.5 Revisit Intention	17
2.6 RERANGKA PEMIKIRAN.....	26

BAB 3	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 JENIS PENELITIAN	32
3.2 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	32
3.3 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 TEKNIK ANALISIS DATA	42
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	43
3.5.2 Path Analysis.....	43
3.5.4 Uji Instrumen Penelitian	44
3.5.5 UJI ASUMSI KLASIK	45
BAB 4	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Analisis Data	47
4.1.2 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian	52
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.4 Hasil Analisis data.....	60
4.2 Pembahasan	68
4.3 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris	71
4.4 Implikasi Manajerial.....	71
BAB 5	74
PENUTUP.....	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Keterbatasan Penelitian	75
5.3 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81
Hasil perhitungan kuesioner	81
HASIL UJI VALIDITAS	86