

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *REVISITING*
INTENTION PADA PENGUNJUNG RESTORAN BARBEKYU**



**Diajukan oleh:
ANANDA RIZA MAULANA
8236167035**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REVISITING INTENTION PADA PENGUNJUNG RESTORAN BARBEKYU

ABSTRAK

Oleh:

Ananda Riza Maulana, S.E.

(Pembimbing I : Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.)

(Pembimbing II : Usep Suhud, M.Si., Ph.D)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perusahaan akan menciptakan peningkatan *revisiting intention* melalui terciptanya kepuasan konsumen. Beberapa faktor penduga yang menyebabkan *revisiting intention* yang bisa dijadikan acuan peneliti dalam memperbaiki strategi kinerja perusahaan dan daya tarik yang mempengaruhi penyebab *revisiting intention* melalui kepuasan konsumen di restoran barbekyu. Penelitian ini menggunakan metode analisis SEM dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan *simple random sampling* berjumlah 250. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan 6 poin skala. Pengujian dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Experiential Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction, Perceived Attractiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction, Experiential Marketing berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Revisiting Intention, Perceived Attractiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Revisiting Intention, Customer Satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap Revisiting Intention.

Kata Kunci : *Revisiting Intention, Customer Satisfaction, Experiential Marketing, Perceived Attractiveness*

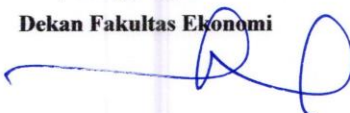
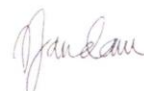



FACTORS THAT AFFECT REVISING INTENTION AT THE VISITOR of BARBEQUE RESTAURANTS

ABSTRACT

This study aims to find out how companies will create increased revisiting intention through the creation of customer satisfaction. Some estimating factors that cause revisiting intention that can be used as a reference for researchers in improving corporate performance strategies and attractiveness that affect the causes of revisiting intention through consumer satisfaction in barbeque restaurants. This research uses SEM analysis method with quantitative descriptive approach. Data were collected using a questionnaire. The sampling technique used was probability sampling with a simple random sampling of 250. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a 6-point scale. Testing in this study using the Exploratory Factor Analysis (EFA) and Confirmatory Factor Analysis (CFA) methods. The results showed that Experiential Marketing had no significant effect on Customer Satisfaction, Perceived Attractiveness had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Experiential Marketing had a negative and significant effect on Revisiting Intention, Perceived Attractiveness had a positive and significant effect on Revisiting Intention, Customer Satisfaction had a positive and significant effect on Revisiting Intention.

Keyword : Revisiting Intention, Customer Satisfaction, Experiential Marketing, Perceived Attractiveness.

Lembar Pengesahan Jalur Publikasi

LEMBAR PENGESAHAN TESIS			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono SE, M.Si NIP:197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M. NIP. 19781127006041001 (Koordinator Prodi)		17 Juli 2020
2	Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 19720627006041001 (Pembimbing 1)		6 Juli 2020
3	Usep Suhud, M.Si, Ph.D. NIP. 197002122009121001 (Pembimbing 2)		6 Juli 2020
4	Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si. NIP. 197205062006041002 (Reviewer Publikasi)		18 Agustus 2020
Nama : Ananda Riza Maulana No. Registrasi : 8236167035 Program Studi : Magister Manajemen (MM) Tanggal Lulus : -			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2020
Yang membuat pernyataan



[Signature]
Ananda Riza Maulana, S.E.
8236167035

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tesis dengan judul “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Revisiting Intention pada Pengunjung Restoran Barbekyu”. Penulisan proposal tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Magister Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa banyak sekali bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang diberikan kepada saya, dari masa perkuliahan sampai pada selesainya proposal tesis ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M. selaku ketua Program Studi Magister Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Mohammad Rizan, SE. MM selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta bimbingan selama menyusun proposal tesis ini.
4. Dr. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta bimbingan selama menyusun proposal tesis ini.

5. Restoran Raa Cha Suki & barbekyu yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan penelitian ini.
6. Orang Tua Ibu tercinta dan Ayah tercinta serta seluruh keluarga besar peneliti yang telah memberikan dukungan dan do'a yang luar biasa.
7. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh Pendidikan di Program Studi Magister Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
8. Seluruh staf Magister Management, pak Yusuf, pak Tomo dan bu Atik, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu, melayani dan menginformasikan kegiatan selama proses perkuliahan dan tesis.
9. Serta pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya dengan menyadari segala keterbatasan yang penulis miliki. Maka segala kritik dan saran akan selalu penulis terima dengan senang hati untuk menyempurnakan tesis ini. Semoga karya ini dapat menjadi sumbangan bagi institusi secara teoritis maupun praktis.

Jakarta, 2020

Peneliti