

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *SERVICE QUALITY*
TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN PRAWIRA TAMAN
CAFE & RESTO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

Fatihah Rafsanjani

2017120135

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-
ISK/S/III/2022
BANDUNG
2022**

**THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTION OF SERVICE
QUALITY ON CONSUMERS REPURCHASE INTENTIONS PRAWIRA
TAMAN CAFE & RESTO**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in
Management

By:
Fatihah Rafsanjani
2017120135

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT**

Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/VII/2022

BANDUNG

2022

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *SERVICE QUALITY*
TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN PRAWIRA TAMAN
CAFE & RESTO**

Oleh:

Fatihah Rafsanjani

2017120135

Bandung, Juli 2022,

Ketua Prodi Sarjana Manajemen

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.

Pembimbing Skripsi,

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Fatihan Rafsanjani
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 12 April 1999
NPM : 2017120135
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS *SERVICE QUALITY*
TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN PRAWIRA TAMAN
CAFE & RESTO**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri :

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelanya. Pasal 70 : Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan ipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal: 29 Juli 2022
Pembuat pernyataan:



(Fatihan Rafsanjani)

ABSTRAK

Negara Indonesia terkenal dengan sumber daya alamnya yang berlimpah juga tradisi serta budayanya yang beragam. Hal ini membuat Indonesia memiliki cita rasa kuliner yang khas, sehingga mendukung berkembangnya dunia kuliner di Indonesia. Kota dan Kabupaten Bandung menjadi salah satu daerah Kota dan Kabupaten di Indonesia yang memiliki pertumbuhan setiap tahunnya dari sektor industri makanan dan minuman dilihat dari data yang diambil di BPS tahun 2021. Penulis pun meneliti Prawira Taman Cafe & Resto dengan melakukan observasi dan penulis melihat tempat cenderung sepi. Sehingga penulis melakukan wawancara tidak terstruktur kepada responden yang pernah datang ke Prawira Taman Cafe & Resto, dan didapatkan bahwa mereka cenderung tidak ingin datang kembali karena adanya permasalahan pada *service quality*.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen atas *service quality* (*reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*) terhadap niat beli ulang konsumen di Prawira Taman Cafe & Resto. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan *explanatory research*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *judgement sampling* dengan kriteria responden yang pernah mengunjungi dan membeli produk dari prawira taman cafe & resto. Responden yang diambil untuk penelitian ini berjumlah 100 orang. Setelah penulis melakukan kuesioner, penulis mengolah data dengan menggunakan analisa deskriptif dan analisa regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, didapatkan bahwa tiga dimensi *service quality* yaitu, dimensi *assurance, empathy* dan *tangible* berpengaruh positif secara signifikan pada niat beli ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel persepsi *service quality* secara simultan terhadap niat beli ulang.

Kata kunci : *Service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*, niat beli ulang.

ABSTRACT

The country of Indonesia is famous for its abundant natural resources as well as its diverse traditions and cultures. This makes Indonesia have a distinctive culinary taste, thus supporting the development of the culinary world in Indonesia. Bandung City and Regency are one of the City and Regency areas in Indonesia that have annual growth from the food and beverage industry sector as seen from data taken at BPS in 2021. The author also researched Prawira Taman Cafe & Resto by making observations and the author saw that the place tended to be quiet. So the author conducted an unstructured interview with respondents who had come to Prawira Taman Cafe & Resto, and found that they tend not to want to come back because of problems with service quality.

The purpose of this study is to determine the influence of consumer perceptions of service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible) on consumer repurchase intentions at Prawira Taman Cafe & Resto. This research uses descriptive methods and explanatory research. In this study, the authors used the judgement sampling method with the criteria of respondents who had visited and purchased products from prawira taman café & resto. The respondents taken for this study were 100 people. After the authors conducted the questionnaire, the authors processed the data using descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

Based on the results of research conducted by the author, it was found that the three dimensions of service quality, namely, the dimensions of assurance, empathy and tangible have a significant positive effect on repurchase intentions. So it can be concluded that there is a simultaneous influence of service quality perception variables on repurchase intentions.

Keywords : Service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible, repurchase intention.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkah, rahmat, dan karunia yang telah diberikanNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *Service Quality* Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Prawira Taman Cafe & Resto”. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak yang penulis terima selama menyusun skripsi. Oleh karena itu penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut:

1. Kedua orang tua penulis, Iman Firmansyah dan Tati Fatimah yang selalu mendoakan, memotivasi, serta membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan seluruh kegiatan studi yang dilakukan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini hingga akhir.
2. Husaini Mahdin Iman dan Dhihya Khalifah Iman, selalu kakak dan adik dari penulis yang selalu memberikan motivasi juga dukungan kepada penulis. Juga Citra Nur Aviany yang sudah saya anggap seperti kakak saya sendiri yang selalu memberikan motivasi juga dukungan kepada penulis.
3. Seluruh keluarga besar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
4. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan juga selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan ilmu, dukungan, arahan serta bantuan juga senantiasa sabar dalam mendidik saya sebagai mahasiswa bimbingan Ibu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Fernando S.E. M.Kom., selaku dosen wali penulis yang sudah membantu penulis untuk memberikan arahan dan bantuan mengenai perkuliahan sejak awal penulis berkuliah.
6. Seluruh dosen dan staf Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan membantu penulis menyelesaikan keperluan - keperluan yang berhubungan dengan perkuliahan.

7. Bayu, Hanif Dzaki, Rega, Alem, Dinda, Tesa, Elvan, Ipiw, Meizar, Mario Puji, Mario Drix, Agi, Thomas, Alif, Isal, Daniel, Acil, Puyol, Tian, yang sudah menjadi teman baik penulis selama masa perkuliahan, yang selalu memberikan canda, tawa, hiburan, dan dukungan dari awal perkuliahan. Semoga pertemanan ini tetap terus terjaga.
8. Alyubi, Dicky, Andhikapr, Wisnu, Ramzi selaku teman seperjuangan selama menjalani skripsi.
9. Teman – teman bimbingan yang telah berjuang bersama selama satu semester menyelesaikan skripsi.
10. Seluruh teman – teman Manajemen Unpar angkatan 2017 yang sudah memberikan saya pengalaman, memori, dan pertemanan sepanjang penulis berkuliah.
11. Seluruh keluarga, sahabat dan teman – teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Bandung, 29 Juli 2022



Fatih Rafsanjani

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Model dan Hipotesis Penelitian	6
BAB 2	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Persepsi	8
2.2 <i>Service Quality</i>	9
2.2.1 Dimensi <i>Service Quality</i>	9
2.3 Niat Beli Ulang	29
BAB 3	34
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	34
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.1.1 Jenis Penelitian.....	34
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.1.4 Operasionalisasi Variabel.....	36
3.1.5 Pengukuran Variabel.....	41
3.1.6 Uji Validitas	42
3.1.7 Uji Reliabilitas	43
3.1.8 Teknik Analisa Data.....	44
3.1.9 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.1.10 Uji t (Parsial).....	47
3.1.11 Uji F (Simultan)	47

3.1.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.2 Objek Penelitian	48
3.2.1 Profil Perusahaan	48
3.2.2 Profil Responden	48
BAB 4	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Reliability</i> Prawira Taman Cafe & Resto.....	52
4.2 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i> di Prawira Taman Cafe & Resto.	53
4.3 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Assurance</i> Prawira Taman Cafe & Resto.....	54
4.4 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Empathy</i> Prawira Taman Cafe & Resto.....	55
4.5 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Tangible</i> Prawira Taman Cafe & Resto.....	56
4.6 Pengaruh Persepsi Konsumen Atas <i>Service Quality</i> Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Prawira Taman Cafe & Resto.	57
4.6.1 Uji Asumsi Klasik	58
4.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
BAB 5	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel <i>Preliminary Research</i>	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Mengenai <i>Service Quality</i>	11
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Mengenai Niat Beli Ulang.....	31
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel Independen.....	36
Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi Variabel Dependen	41
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Reliabilitas	44
Tabel 3. 5 Tabel Interpretasi Rata – Rata Hitung.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Rumah Makan/Restoran di Jawa Barat	1
Gambar 3. 1 Jenis Kelamin Responden	48
Gambar 3. 2 Usia Responden.....	49
Gambar 3. 3 Pekerjaan Responden	49
Gambar 3. 4 Responden yang mengetahui Prawira Taman Cafe & Resto	50
Gambar 3. 5 Responden yang pernah mengunjungi dan membeli produk Prawira Taman Cafe & Resto	50
Gambar 4. 1 Histogram.....	58
Gambar 4. 2 Normal P-Plot.....	58
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	79
Lampiran 3 Riwayat Hidup.....	98

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Negara Indonesia terkenal dengan sumber daya alamnya yang berlimpah dan tradisi serta budayanya yang beragam. Hal ini membuat Indonesia memiliki cita rasa kuliner yang khas, sehingga mendukung berkembangnya dunia kuliner di Indonesia. Kota dan Kabupaten Bandung menjadi salah satu daerah Kota dan Kabupaten di Indonesia yang memiliki pertumbuhan setiap tahunnya dari sektor industri makanan dan minuman. Ciparay merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Bandung di Jawa Barat yang sedang berkembang dari sektor pariwisata. Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa menurut BPS Kabupaten atau Kota di Provinsi Jawa Barat tahun 2021, terdapat 93 rumah makan/restoran di Kabupaten Bandung, lalu pada 2019 terdapat 258 rumah makan/restoran, dan terdapat 258 rumah makan/restoran pada 2020. (BPS, 2021)

Gambar 1.1
Data Pertumbuhan Rumah Makan/Restoran di Jawa Barat

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	2017	2018	2019	2020
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kabupaten/ Regency				
Bogor	342	...	453	638
Sukabumi	72	...	72	72
Cianjur	237	500	500	500
Bandung	532	93	258	258
Garut	228	298	173	167
Tasikmalaya	25	31	33	42
Ciamis	52	52	52	52
Kuningan	78	133	...	6
Cirebon	25	255	244	288
Majalengka	67	103	90	90
Sumedang	119	...	190	146
Indramayu	36	408	54	78
Subang	159	177	189	364
Purwakarta	117	371	138	142
Karawang	570	275	442	500
Bekasi	93	200	200	200
Bandung Barat	152	71	134	270
Pangandaran	156	156	239	240
Kota/ Municipality				
Bogor	195	198	198	198
Sukabumi	87	130
Bandung	756	1 052	952	524
Cirebon	147	143	147	178
Bekasi	235	252	2 208	2 223
Depok	381	1 300
Cimahi	114	114	116	114
Tasikmalaya	132	...	216	481
Banjar	47	...	53	50
Jawa Barat	5 154	4 882	7 351	9 251

Sumber : <https://jabar.bps.go.id/>

Melihat perkembangan bisnis kafe atau restoran di Jawa Barat ini menciptakan persaingan yang cukup ketat. Dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti oleh penulis adalah sebuah kafe yang bernama Prawira Taman Cafe & Resto. Prawira Taman Cafe & Resto ini terletak Jl. Raya Pacet Andir No.103, Pakutandang, Kecamatan Ciparay, Bandung, Jawa Barat. Prawira Taman Cafe & Resto adalah suatu bisnis kafe & restoran yang menyediakan makanan dan minuman nusantara maupun *western*. Penulis melakukan observasi ke Prawira Taman Cafe & Resto dan melihat tempat cenderung sepi. Penulis pun melakukan *preliminary research* untuk mengetahui apa yang terjadi di Prawira Taman Cafe & Resto dengan melakukan wawancara tidak terstruktur kepada 18 responden yang sudah pernah datang ke Prawira Taman Cafe & Resto, berikut hasil dari *preliminary research* yang dilakukan penulis:

Tabel 1.1

Tabel *Preliminary Research*

Pertanyaan	Jawaban	Jumlah responden
Apakah anda mengetahui Prawira Taman Cafe & Resto?	Ya	18
	Tidak	0
Apakah anda pernah kesana dan membeli produk Prawira Taman Cafe & Resto?	Pernah	18
	Tidak Pernah	0
Apakah anda berniat untuk datang kembali ke Prawira Taman Cafe & Resto?	Ya	3
	Tidak	15
Alasan Anda tidak ingin datang lagi ke Prawira Taman Cafe & Resto?	Pelayanan yang lama dalam waktu pengantaran makanan	14
	Toilet yang kotor	10
	Tidak ada sabun dan tisu di toilet	6

Tabel dilanjutkan ke halaman 3

Pertanyaan	Jawaban	Jumlah responden
	Sikap karyawan yang kurang ramah	4
	Kurangnya pemahaman pelayan saat menjelaskan menu kepada konsumen	8
	Kurangnya kesigapan pegawai saat ada menu yang tidak tersedia	5

Sumber : Hasil Olah Penulis

Dari hasil *preliminary research* pada tabel 1.1 yang diolah penulis, terdapat 12 responden yang tidak berniat datang kembali ke Prawira Taman Cafe & Resto. Dari hasil tersebut, terdapat beberapa masalah yang dirasakan responden ketika datang dan membeli produk Prawira Taman Cafe & Resto ini. Alasan-alasan ini menjadi permasalahan utama yang dirasakan responden, yaitu pelayanan yang lama dalam waktu pengantaran makanan, toilet yang kotor, tidak ada sabun dan tisu di toilet, kurangnya pemahaman pelayan saat menjelaskan menu, juga kurangnya kesigapan pegawai saat ada menu yang tidak tersedia.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, terlihat bahwa responden merasa tidak puas terhadap *service quality* yang diberikan Prawira Taman Cafe & Resto kepada konsumen. Jika konsumen merasa tidak puas dengan *service quality* yang ditawarkan Prawira Taman Cafe & Resto, maka konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen merasa Prawira Taman Cafe & Resto memberikan *service quality* yang baik, maka konsumen merasa puas untuk berada di Prawira Taman Cafe & Resto, sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang. Maka, semakin baik *service quality* yang ditawarkan sebuah kafe, maka konsumen akan semakin puas dan tidak akan ragu untuk melakukan pembelian ulang. Dalam penelitian Hidayat (2009), mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, akan mengakibatkan pelanggan membeli produk yang ditawarkan tersebut secara terus menerus. Menurut Hellier et al (2003) dalam Christine (2017), niat beli ulang adalah keputusan konsumen dalam

membeli kembali suatu produk atau jasa yang didasarkan dari pengalaman dan biaya dalam memperoleh barang atau jasa tersebut, dan biasanya dilakukan dalam waktu berkala. Niat beli ulang sendiri merupakan hal yang penting dalam keberlangsungan bisnis karena niat beli ulang dapat memberikan dampak untuk meningkatkan penjualan restoran sehingga hal itu dapat menghasilkan keuntungan, sehingga restoran tersebut dapat bertahan. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *Service Quality* Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Prawira Taman Cafe & Resto”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana persepsi konsumen atas *service quality* pada Prawira Taman Cafe & Resto?
2. Bagaimana niat beli ulang pada Prawira Taman Cafe & Resto?
3. Berapa besar pengaruh persepsi konsumen atas *service quality* terhadap niat beli ulang di Prawira Taman Cafe & Resto?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen atas *service quality* pada Prawira Taman Cafe & Resto.
2. Mengetahui bagaimana tingkat niat beli ulang di Prawira Taman Cafe & Resto.
3. Mengetahui berapa besar pengaruh persepsi konsumen atas *service quality* terhadap niat beli ulang di Prawira Taman Cafe & Resto.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan serta wawasan penulis mengenai *service quality* dan niat beli ulang, serta dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk membenahi permasalahan yang ada dari sisi *service quality* guna memperbaiki dan mengembangkan kinerja perusahaan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan menjadi referensi penelitian lebih lanjut mengenai topik terkait.

1.5 Kerangka Pemikiran

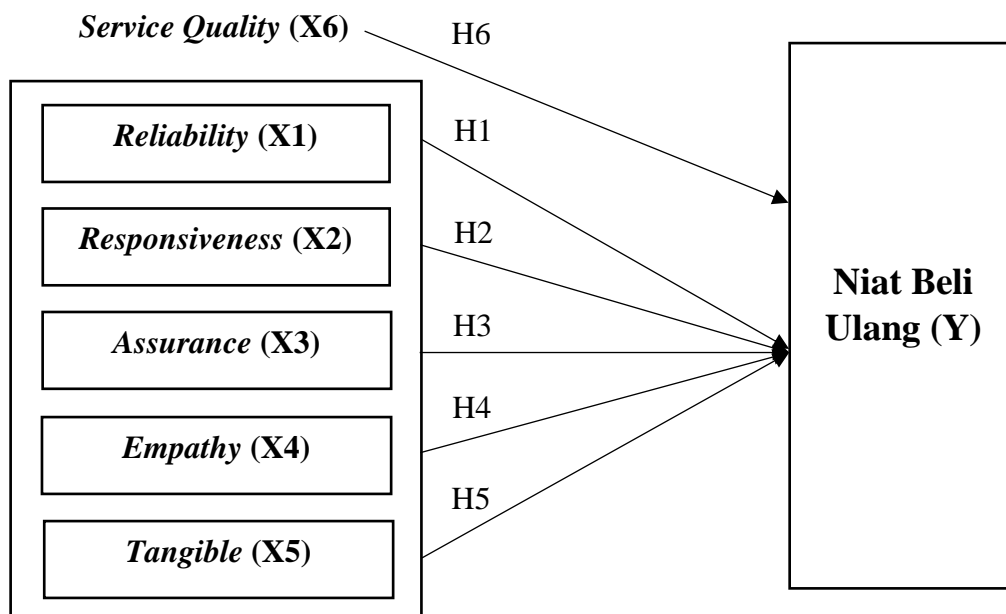
Dalam bisnis restoran, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan untuk mencapai kepuasan konsumen. Menurut Wibowo & Soedjono (2014), mengatakan bahwa kualitas pelayanan bisa dibidang baik atau berkualitas jika layanan yang diberikan perusahaan dapat memuaskan pelanggannya. Menurut Tjiptono (2011), kualitas pelayanan adalah upaya untuk mencukupi kebutuhan konsumen dari segi produk maupun jasa juga ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Persepsi konsumen adalah penilaian subyektif pelanggan terhadap pengalaman jasa yang diberikan. Penelitian tentang persepsi konsumen terhadap suatu kualitas pelayanan atau jasa dapat diukur dengan dimensi kualitas jasa itu sendiri. Parasuraman et al. (1988) dalam Quang Nguyen, Tahir M. Nisar, Dan Knox, dan Guru Prakash Prabhakar, (2018), mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbedaan antara persepsi konsumen tentang layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu dan harapan mereka tentang perusahaan yang menawarkan layanan tersebut. Parasuraman et al. (1985) membuktikan bahwa jika ekspektasi lebih tinggi dari kinerja maka kualitas yang dirasakan lebih rendah dari memuaskan dan karenanya ketidakpuasan pelanggan terjadi. Adapun lima dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, seperti dikutip dalam Quang Nguyen, Tahir M. Nisar, Dan Knox, Guru Prakash Prabhakar, (2018) yaitu :

1. *Reliability* adalah kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat.
2. *Responsiveness* yaitu kesediaan perusahaan untuk membantu pelanggan dan melakukan layanan dengan segera.
3. *Assurance* berisi kompetensi dan kesopanan personel, dan kemampuan untuk menginspirasi kepercayaan diri.
4. *Empathy* yaitu bantuan pribadi yang disampaikan perusahaan kepada pelanggannya.
5. *Tangible* yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan personel.

Menurut Yi & La (2004) dalam Unjaya dan Santoso (2015), *Repurchase Intentions* dapat diartikan sebagai salah satu bentuk loyalitas secara perilaku atau dalam bentuk perilaku yang menunjukkan ketertarikan pelanggan tetap untuk melakukan transaksi kembali dengan penyedia produk atau jasa di masa depan. Niat beli ulang didapatkan dari proses pemikiran konsumen yang dapat membuat suatu tanggapan sebelum konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi yang kita terima untuk memberi gambaran tentang dunia yang bermakna (Kotler & Keller, 2016:189). Jika *service quality* dinilai cukup baik oleh konsumen, maka kemungkinan konsumen melakukan niat beli ulang di Prawira Taman Cafe & Resto akan lebih tinggi. Berdasarkan uraian teori diatas serta telah dilakukannya *preliminary research*, ditemukan masalah pada restoran Prawira Taman Cafe & Resto atas *service quality* yang menyebabkan rendahnya niat beli ulang pada Prawira Taman Cafe & Resto.

1.6 Model dan Hipotesis Penelitian

Gambar 1.2
Model Penelitian



Dari model kerangka pemikiran diatas, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

H1: Adanya pengaruh positif persepsi konsumen Prawira Taman Cafe & Resto mengenai *reliability* terhadap niat beli ulang konsumen di Prawira Taman Cafe & Resto.

H2: Adanya pengaruh positif persepsi konsumen Prawira Taman Cafe & Resto mengenai *responsiveness* terhadap niat beli ulang konsumen di Prawira Taman Cafe & Resto.

H3: Adanya pengaruh positif persepsi konsumen Prawira Taman Cafe & Resto mengenai *assurance* terhadap niat beli ulang konsumen di Prawira Taman Cafe & Resto.

H4: Adanya pengaruh positif persepsi konsumen Prawira Taman Cafe & Resto mengenai *empathy* terhadap niat beli ulang konsumen di Prawira Taman Cafe & Resto.

H5: Adanya pengaruh positif persepsi konsumen Prawira Taman Cafe & Resto mengenai *tangible* terhadap niat beli ulang konsumen di Prawira Taman Cafe & Resto.

H6: Adanya pengaruh positif persepsi konsumen Prawira Taman Cafe & Resto mengenai *service quality* terhadap niat beli ulang konsumen di Prawira Taman Cafe & Resto.