

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DIMEDIASI
OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN
JIWARAGA KITCHENETTE PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Departemen Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang*



Oleh

CYNDY CLAUDYA HALIM

NIM. 20059056

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

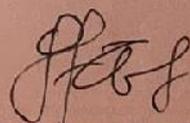
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DIMEDIASI
OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN
JIWARAGA KITCHENETTE PADANG

NAMA : CYNDY CLAUDYA HALIM
NIM/BP : 20059056/2020
DEPARTEMEN : MANAJEMEN
KEAHLIAN : MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

Padang, Agustus 2024

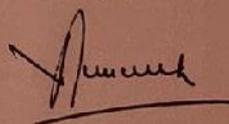
Disetujui Oleh :

Mengetahui :
Kepala Departemen Manajemen



Dr. Syahrizal, SE, M.Si
NIP. 197209021998021001

Pembimbing



Prof. Dr. Yulia Wardi, M. Si
NIP. 195911091984031002

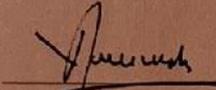
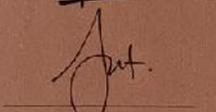
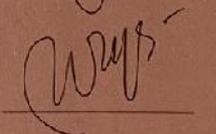
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DIMEDIASI
OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN
JIWARAGA KITCHENETTE PADANG**

NAMA : CYNDY CLAUDYA HALIM
NIM/BP : 20059056/2020
DEPARTEMEN : MANAJEMEN
KEAHLIAN : MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

**Dinyatakan Lulus Seleksi Diuji Di Depan Tim Penguji
Departemen Manajemen (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang**

Padang, Agustus 2024

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Prof. Dr. Yunia Wardi, M. Si	Ketua	
Yunita Engriani, SE, MM	Penguji	
Whyosi Septrizola	Penguji	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cyndy Claudya Halim
Bp/Nim : 2020/20059056
Departemen : Manajemen
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Padang, Sumatera Barat.
No. HP : 081365740254
Judul Skripsi : Pengaruh Service Quality dan Price Fairness terhadap Repurchase Intention Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Pelanggan Jiwara Kitchenette Padang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis murni gagasan, rumusan dan hasil penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali bimbingan dan arahan dari pembimbing yang ditunjuk.
3. Dalam karya tulis skripsi ini tidak terdapat karya yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali pengutipan yang telah tertulis dengan jelas dalam daftar pustaka
4. Karya tulis skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran didalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh serta sanksi lainya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Padang, Agustus 2024

Penulis



Cyndy Claudya Halim

ABSTRAK

Cyndy Claudya Halim : Pengaruh *Service Quality* dan *Price Fairness* terhadap *Repurchase Intention* Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Pelanggan Jiwaraga Kitchenette Padang. (2020/20059056)

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M. Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: (1) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Jiwaraga Kitchenette Padang, (2) Pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Jiwaraga Kitchenette Padang, (3) Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada pelanggan Jiwaraga Kitchenette Padang, (4) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* yang dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada pelanggan Jiwaraga Kitchenette Padang, dan (5) Pengaruh *Price Fairness* terhadap *Repurchase Intention* yang dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada pelanggan Jiwaraga Kitchenette Padang.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Jiwaraga Kitchenette Padang yang pernah datang dan berbelanja dalam 6 bulan terakhir. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 285 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online dan analisis data dilakukan melalui perangkat lunak *Smart PLS*.

Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa: (1) *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, (2) *Price Fairness* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, (3) *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, (4) *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* yang dimediasi oleh *Customer Satisfaction*, dan (5) *Price Fairness* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* yang dimediasi oleh *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *Repurchase Intention, Service Quality, Price Fairness, dan Customer Satisfaction.*

ABSTRACT

Cyndy Claudya Halim (2020/20059056) : *The Effect of Service Quality and Price Fairness on Repurchase Intention is Mediated by Customer Satisfaction among Jiwaraga Kitchenette Padang Customer.*

Supervisor Lecturer : **Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M. Si.**

This research aims to test and analyze: (1) The effect of Service Quality on Customer Satisfaction among Jiwaraga Kitchenette Padang customer, (2) The effect of Price Fairness on Customer Satisfaction among Jiwaraga Kitchenette Padang customer, (3) The effect of Customer Satisfaction on Repurchase Intention among Jiwaraga Kitchenette Padang customer, (4) The effect of Service Quality on Repurchase Intention which is mediated by Customer Satisfaction on Jiwaraga Kitchenette Padang customer, and (5) The effect of Price Fairness on Repurchase Intention which is mediated by Customer Satisfaction on Jiwaraga Kitchenette Padang customer.

This research uses quantitative methodology. The population in this research is Jiwaraga Kitchentte Padanag consumers who have come and shopped in the last 6 months. The sample size in this study was 285 respondents. Data was collected through distributing questionnaires online and data analysis was carried out through Smart PLS software.

The results of this research show that: (1) Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction, (2) Price Fairness has a significant effect on Customer Satisfaction, (3) Customer Satisfaction has a significant effect on Repurchase Intention, (4) Service Quality has a significant effect on Repurchase Intention mediated by Customer Satisfaction, and (5) Price Fairness has a significant effect on Repurchase Intention mediated by Customer Satisfaction.

Keywords: *Repurchase Intention, Service Quality, Price Fairness, and Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'aalamiin penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul: **“Pengaruh *Service Quality* dan *Price Fairness* terhadap *Repurchase Intention* Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada pelanggan Jiwaraga Kitchenette Padang”**.

Proposal ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Dalam penelitian dan penulisan proposal ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M. Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Yunita Engriani, SE, MM, selaku Dosen Penguji 1 dan Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM, selaku Dosen Penguji 2, yang telah menguji dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
3. Bapak Prof. Perengki Susanto, M.Sc, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Dr. Syahrizal, SE., M.Si, selaku Kepala Departemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Negeri Padang, khususnya Departemen Manajemen.

6. Bapak dan Ibu Karyawan/ti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
7. Pimpinan Jiwaraga Kitchenette yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta saya, Ibu Sunita dan Bapak Herman Halim yang selalu medoakan dan memberikan kasih sayangnya dalam keadaan apapun, serta memberikan dukungannya selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman penulis serta mahasiswa angkatan 2020 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
10. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang baik dan mendapatkan imbalan dari Allah Subhanahu Wata'ala, Aamiin.

Penulis menyadari proposal ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Padang, Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	16
C. Batasan Masalah	16
D. Rumusan Masalah	17
E. Tujuan Penelitian	17
F. Manfaat Penelitian	18
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN RELEVAN, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	20
A. Kajian Teori	20
1. Repurchase Intention	20
2. Customer Satisfaction	22
3. Service Quality	25
4. Price Fairness	28
5. Hubungan antar Variabel	30
B. Penelitian Relevan	34
C. Kerangka Konseptual	38

D. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Desain Penelitian	41
B. Waktu dan Tempat Penelitian	42
C. Objek Penelitian	42
D. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
F. Instrumen Penelitian	48
G. Teknik Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif	50
2. Analisis Statistik Inferensial	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
B. Hasil penelitian	57
C. Analisis Data	66
D. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	86
A. Simpulan	86
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Restoran di Sumatera Barat Tahun 2019-2023	1
Tabel 2. Jumlah Restoran Berdasarkan Kecamatan di Kota Padang	3
Tabel 3. Perbandingan Harga Rata-rata Makanan dan Minuman	14
Tabel 4. Penelitian Relevan	34
Tabel 5. Definisi Operasional	46
Tabel 6. Skala Likert	48
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung dan Berbelanja di Jiwara dalam 6 Bulan Terakhir	58
Tabel 8. Frekuensi Kunjungan	58
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	60
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan	61
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Domisili	62
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Service Quality</i>	62
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Price Fairness</i>	64
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	65
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Repurchase Intention</i>	66
Tabel 18. Output <i>Outer Loading</i>	68
Tabel 19. Output AVE	68
Tabel 20. Hasil Fornell-Larcker	69
Tabel 21. <i>Cross Loading Model</i>	69
Tabel 22. <i>Cronbach Alpha</i>	70
Tabel 23. Nilai <i>R Square</i>	72
Tabel 24. <i>Path Coefficient</i> dan <i>Direct Effect</i>	73
Tabel 25. <i>Path Coefficient</i> dan <i>Indirect Effect</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Jumlah Restoran Menurut Kabupaten/ Kota di Sumatera Barat	2
Gambar 2. Ulasan Konsumen tentang <i>Repurchase Intention</i>	8
Gambar 3. Ulasan Konsumen Jiwaraga tentang <i>Service Quality</i>	11
Gambar 4. Ulasan Konsumen Jiwaraga tentang <i>Price Fairness</i>	13
Gambar 5. Kerangka Konseptual	39
Gambar 6. Peta Lokasi dan Profil Jiwaraga Kitchenette Padang	56
Gambar 7. Konstruk Pengujian <i>Measurement Model</i>	67
Gambar 8. Konstruk Pengujian <i>Structural Model</i>	71

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2. Data Tabulasi	100
Lampiran 3. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	128
Lampiran 4. Uji Hipotesis	130
Lampiran 5. Model Diagram Jalur	130
Lampiran 6. Daftar Harga Makanan dan Minuman	131

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri kuliner di Indonesia telah mengalami pertumbuhan signifikan, khususnya restoran dan kafe, dengan peningkatan sebesar 3,68% pada tahun 2022, naik dari 2,95% pada tahun 2021 (Kementerian Perindustrian RI). Sub sektor kuline ini juga menyumbang Rp 455,44 triliun atau 41% dari total PDB ekonomi kreatif pada tahun 2020 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI), menunjukkan peran pentingnya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja (Binekasri, 2023). Meskipun terdampak pandemi, subsektor makanan dan minuman tetap tumbuh kuat, berkontribusi pada pertumbuhan industri nonmigas yang mencapai 4,88% pada triwulan III-2022 (Kemenperin, 2022).

Pertumbuhan sektor kuliner tidak hanya terlihat pada skala nasional, tetapi juga tercermin di tingkat regional, khususnya di Sumatera Barat sebagai berikut :

Tabel 1 Jumlah Restoran di Sumatera Barat Tahun 2019 - 2023

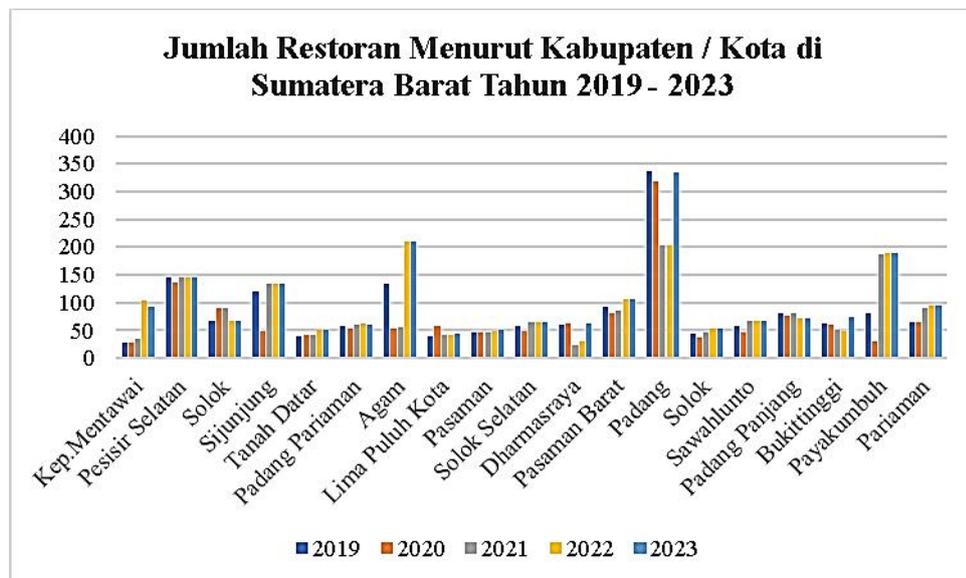
Tahun	Jumlah Restoran
2019	1614 Unit
2020	1379 Unit
2021	1546 Unit
2022	1791 Unit
2023	1972 Unit

Sumber : *Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, 2023*

Pada tingkat provinsi, pertumbuhan sektor kuliner juga terlihat jelas. Di Sumatera Barat, jumlah rumah makan/restoran mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2019 hingga 2023. Data dari Dinas Pariwisata

Provinsi Sumatera Barat menunjukkan bahwa pada tahun 2019 terdapat 1.614 unit restoran, yang kemudian menurun menjadi 1.379 unit pada tahun 2020 akibat dampak pandemi COVID-19. Namun, jumlah ini mulai meningkat, mencapai 1.972 unit pada tahun 2023. Peningkatan ini mencerminkan pemulihan dan pertumbuhan sektor kuliner di provinsi tersebut setelah masa-masa sulit selama pandemi.

Selanjutnya, di tingkat kabupaten/kota, data menunjukkan variasi dalam pertumbuhan jumlah restoran, sebagai berikut :



Gambar 1 Grafik Jumlah Restoran Menurut Kabupaten/ Kota di Sumatera Barat Tahun 2019 – 2023

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, 2023 (diolah)

Dapat dilihat dari grafik pada gambar di atas bahwa Kota Padang, sebagai ibu kota provinsi dan pusat utama ekonomi di Sumatera Barat, memiliki jumlah restoran terbanyak setiap tahunnya dalam 5 tahun terakhir dibandingkan dengan daerah lain. Pada tahun 2019, Kota Padang mencatatkan jumlah restoran terbanyak dengan 336 unit. Jumlah ini sedikit

menurun pada tahun 2020 menjadi 318 unit, kemungkinan karena dampak awal pandemi COVID-19 yang mempengaruhi sektor kuliner.

Pada tahun 2021, Kota Padang mengalami penurunan yang cukup signifikan menjadi 203 unit, yang menunjukkan dampak lebih dalam dari pandemi terhadap sektor restoran di kota ini. Namun, kota ini mulai menunjukkan tanda-tanda pemulihan pada tahun 2022 dengan sedikit peningkatan jumlah restoran menjadi 204 unit.

Memasuki tahun 2023, Kota Padang mengalami lonjakan yang signifikan dalam jumlah rumah makan/restoran, mencapai 335 unit. Peningkatan ini mendekati angka sebelum pandemi, menunjukkan bahwa sektor kuliner di Kota Padang telah berhasil pulih dan berkembang kembali setelah masa-masa sulit.

Secara keseluruhan, grafik menunjukkan bahwa Kota Padang terus menjadi pusat utama dalam industri kuliner di Sumatera Barat, dengan jumlah rumah makan/restoran yang secara konsisten lebih tinggi dibandingkan dengan kabupaten/kota lain di provinsi ini. Fokus lebih mendalam berikut perbandingan rincian jumlah restoran berdasarkan Kecamatan di Kota Padang selama periode 2019 hingga 2023:

Tabel 2 Jumlah Restoran berdasarkan Kecamatan di Kota Padang Tahun 2019 - 2023

Kecamatan	Jumlah Restoran/ Rumah Makan				
	2019	2020	2021	2022	2023
Bungus Teluk Kabung	10	9	5	10	10
Lubuk Kilangan	6	6	5	7	8
Lubuk Begalung	13	15	13	17	17
Padang Selatan	3	29	27	29	29

Padang Timur	24	39	35	39	40
Padang Barat	112	116	114	113	114
Padang Utara	24	65	63	62	62
Nanggalo	14	6	5	6	6
Kuranji	26	26	27	27	27
Pauh	4	6	7	7	7
Koto Tangah	18	18	17	18	18
Padang	254	335	328	335	338

Sumber : *Badan Pusat Statistik Kota Padang, 2024*

Berdasarkan tabel di atas, bahwa Kecamatan Padang Barat merupakan kecamatan dengan jumlah restoran terbanyak di Kota Padang selama periode 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, Kecamatan Padang Barat mencatatkan jumlah restoran terbanyak dengan 112 unit. Jumlah ini sedikit meningkat pada tahun 2020 menjadi 116 unit, dan meskipun mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi 114 unit, kecamatan ini tetap menunjukkan kekuatan sebagai pusat kuliner utama. Pada tahun 2022, jumlah restoran di Padang Barat menurun sedikit menjadi 113 unit, tetapi pada tahun 2023, jumlah restoran kembali meningkat menjadi 114 unit, menegaskan posisi kecamatan ini sebagai pusat kuliner yang stabil dan berkembang.

Posisi geografis Kecamatan Padang Barat yang terletak di tengah Kota Padang memberikan keuntungan strategis yang signifikan. Kecamatan ini berada dekat dengan pusat aktivitas masyarakat, seperti perkantoran, sekolah, dan kampus. Keberadaan berbagai fasilitas ini menciptakan permintaan tinggi untuk layanan kuliner, menjadikannya lokasi yang sangat strategis untuk usaha restoran. Pusat perkantoran yang ada di kecamatan ini menyediakan pelanggan dari kalangan profesional yang mencari tempat

makan selama istirahat makan siang atau setelah jam kerja. Sementara itu, keberadaan sekolah dan kampus di area ini menghadirkan pelanggan dari kalangan pelajar dan mahasiswa yang sering mencari tempat makan yang nyaman dan terjangkau. Kombinasi dari pusat komersial, fasilitas pendidikan, dan lingkungan yang padat aktivitas mendukung keberhasilan dan pertumbuhan bisnis kuliner di Kecamatan Padang Barat, menjadikannya tempat yang ideal untuk menjalankan usaha restoran.

Dalam konteks ini, salah satunya Jiwaraga Kitchenette, yang beroperasi di Kecamatan Padang Barat, memanfaatkan keuntungan strategis dari lokasi ini. Sebagai salah satu restoran yang terletak di jantung pusat aktivitas Kota Padang, Jiwaraga Kitchenette dapat memanfaatkan tingginya volume lalu lintas pelanggan dari berbagai segmen masyarakat. Keberadaan restoran ini di lokasi yang strategis memungkinkan akses mudah bagi pelanggan dari kalangan profesional, pelajar, dan masyarakat umum yang berada di sekitar. Jiwaraga Kitchenette beralamat di Jalan Veteran No 16, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, tepatnya di samping Harian Singgalang (Efison, 2021). Selain tempat yang strategis, restoran ini juga menjadi salah satu tujuan kuliner favorit bagi para remaja yang ingin berkumpul, bersantai, atau yang populer disebut dengan istilah "nongki," berkat desain yang kekinian, menu yang beragam, dan berbagai fasilitas penunjang yang disediakan.

Namun, dengan meningkatnya jumlah restoran di Kota Padang, Jiwaraga Kitchenette menghadapi persaingan yang ketat. Untuk

mempertahankan keberadaannya dan menarik pelanggan dalam jangka panjang, restoran ini perlu fokus pada upaya meningkatkan *repurchase intention* atau niat beli ulang. Dalam pasar kuliner yang sangat kompetitif, sekadar menawarkan makanan yang enak tidak cukup. Jiwara Kitchenette harus memastikan bahwa setiap pengalaman makan pelanggan tidak hanya memuaskan tetapi juga mengesankan sehingga mendorong mereka untuk kembali. *Repurchase intention* adalah tindakan pembelian ulang yang dipicu oleh keputusan pembeli tentang produk yang telah mereka konsumsi sebelumnya. Jika produk memenuhi harapan pembeli, mereka akan membeli kembali; sebaliknya, jika tidak memenuhi harapan, mereka akan cenderung tidak membeli lagi (Pratiwi et al., 2020).

Untuk merangsang niat pembelian ulang, kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* menjadi faktor penting. Kepuasan pelanggan adalah persepsi positif yang diberikan pelanggan terhadap barang dan jasa yang diterima (Dhisasmito & Kumar, 2020). *Customer satisfaction* tidak hanya berdampak pada keputusan pembelian ulang tetapi juga mempengaruhi kemungkinan pelanggan merekomendasikan produk kepada orang lain berdasarkan pengalaman mereka (Dewi & Kusuma, 2019). Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian lagi di masa depan. Agus & Vidyanata (2022) menyatakan bahwa *customer satisfaction* adalah faktor kunci yang memengaruhi minat pelanggan untuk membeli barang lagi.

Selain itu, Suprianto et al., (2023) menemukan bahwa kepuasan pelanggan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang.

Berkaitan dengan hal tersebut, analisis ulasan konsumen Jiwara Kitchenette yang dapat ditemukan di situs pencarian Google Maps menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap restoran ini. Ulasan-ulasan ini mencerminkan bagaimana pengalaman pelanggan berkontribusi pada niat mereka untuk melakukan pembelian ulang, memberikan gambaran tentang kualitas layanan dan pengalaman yang diterima di restoran ini.

Achi Nanderimz
5 ulasan
11 bulan lalu

Makan di tempat | Makan malam | Rp 75.000-100.000

Saya kesini pertama kali dan karna acara kantor, dan saya pikir ini sudah cukup, tidak akan balik lagi. Kami booking it 2 untuk acara kita bayar utk 2 jam utk maksimal 60 orang. Pelayanan sungguh kacau, tidak ramah dan tidak profesional, masa pesanan mereka ga catet apa aja yg dipesan tamu kantor saya, malah membebankan ke kami utk hitung apa aja yg dipesan, sebanyak itu makhluk ada yg udah pulang, gimana mendatannya, harusnya setiap pesanan dicatet oleh waiter/waitress dong, apa gunanya mereka disana????!! Selama acara ga boleh gini, ga boleh gitu, hanya ini hanya itu, kami disini booking tempat, bukan hanya pesan makan. BOOKING TEMPAT DAN MAKAN! Biaya charge ini itu setelah acara, tidak all package dr harga yg dikasih diawal. Sepertinya mereka ga prepare utk acara² gitu, utk layanin tamu dalam jumlah kecil² aja kali... Acara selesai makanan belum terhidang, akhirnya banyak tamu yg pulang tanpa makan atau minta bungkus aja, padahal list makanan sudah dikasih dari pagi utk acara sore, dg alasan ga enak makanan klo ga hangat. Hey guys! kami pesan, terserah kami

ga hangat. Hey guys! kami pesan, terserah kami mau makan hangat atau tidak, kami mengerti kalau pesanan banyak ga mungkin akan bisa tersaji hangat semua, kecuali anda punya kitchen super besar, dan punya 50 chef utk acara kami saja.. Anehnya, ada tamu bukan dr kami yg ambil pesanan kami, kami yg disalahkan utk itu, are you mabok or something?! Kami lagi acara, bukan ngurusin makan, that's your business! Manajemen lebih baik membenahi para waiter and waitress nya, sikap lebih sopan ke tamu yg datang, bukan lebih galak lagi, harusnya lebih well prepare utk booking acara begini, bukan disamakan dengan tamu yg datang lepas seperti biasa.. Sangat tidak baik first impression nya, seperti mereka tidak butuh kita untuk balik kesana, alias ga butuh pelanggan tetap. Saya tidak ingain menjatuhkan atau menjelekan, tp mudah²an kritikan ini dibaca dan dipertimbangkan utk saran bagi cafe ini sendiri dan juga kenyamanan tamu yg datang. Dimana² kita pasti berharap pelanggan yg pernah berkunjung ke tempat kita akan kembali karena kesan yg baik ketika mereka berinteraksi dengan kita.

Suci Nana
10 Ulasan · 11 foto
setahun lalu

Tempatnya bagus tapi pas masuk kayak bau anyir gt . Ga ngerti bau daging mentah atau apa yaa . Pokonya ga enak deh baunya . Pesen ayam geprek sm chicken wings bbq. Nunggunya lamaaaaaa banget . Rasanya jg B aja . Ga bsa d blg enaaak . Chicken wingsnya jg manis bgt . Ga cocok d selera aku . Kyknya ga ada hal yg bikin aku pengen balik makan ksini deh .

Yeni Erita
2 ulasan
8 bulan lalu

Sudah booking bukber 8 org, lgsg bayar full.. dikasi meja cukup b3 doang.. ada bayi pula,, engap dah disana. Cukup pertama dan terakhir deh. Gag lagi lah! 😞



Gambar 2 Ulasan Konsumen tentang Repurchase Intention
 Sumber: *Situs Pencarian Google Maps*

Berdasarkan ulasan dari konsumen Jiwaraga Kitchenette yang dapat ditemukan di situs pencarian Google Maps, terdapat berbagai tanggapan mengenai pengalaman pelanggan. Ulasan pertama mengkritik layanan yang tidak memadai, menyebutkan ketidakprofesionalan staf, dan kurangnya persiapan untuk acara yang dipesan, mengakibatkan banyak tamu pulang tanpa makan. Ulasan kedua mencatat ketidaknyamanan dalam penempatan meja dan ruang yang tidak memadai untuk jumlah orang yang telah dipesan. Ulasan ketiga menyatakan ketidakpuasan terhadap kualitas makanan, dengan beberapa menu dianggap tidak istimewa dan harga sambal yang dianggap tidak sesuai. Ulasan keempat mengeluhkan bau tidak sedap di tempat, waktu tunggu yang lama, dan rasa makanan yang tidak memuaskan.

Ulasan-ulasan ini menunjukkan adanya area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mengatasi keluhan seperti kualitas layanan, kebersihan tempat, dan kualitas makanan, Jiwaraga Kitchenette dapat memperbaiki pengalaman pelanggan dan meningkatkan niat beli ulang. Memperhatikan umpan balik pelanggan dan terus berupaya untuk memperbaiki layanan dan produk akan membantu restoran ini

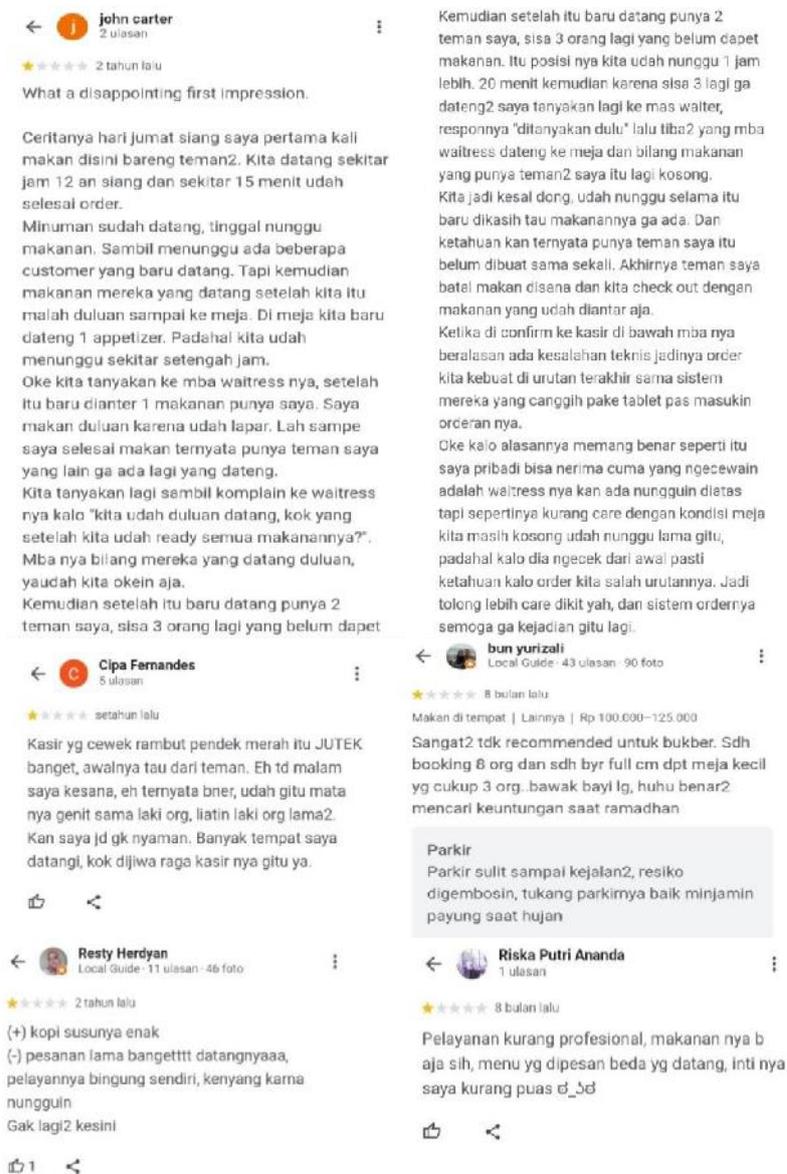
mempertahankan pelanggan dan bersaing dalam pasar kuliner yang semakin kompetitif.

Repurchase intention juga dipengaruhi oleh *price fairness* dan *service quality* melalui *customer satisfaction*. Menurut Triandewo & Indiarso, (2021), *price fairness* merujuk pada persepsi pelanggan mengenai apakah harga barang atau jasa yang mereka bayar sesuai dengan nilai yang diterima. *Price fairness* merupakan ukuran utama dalam mengevaluasi *customer satisfaction*, di mana harga yang wajar berperan penting dalam keputusan pembelian ulang. Selain itu, kualitas pelayanan atau *service quality*, yang menurut Gofur, (2019) adalah tingkat keunggulan layanan yang memenuhi harapan pelanggan, juga berpengaruh signifikan. Adelia, (2019) menjelaskan bahwa *service quality* melibatkan fitur atau fungsi dari produk dan jasa yang dapat memenuhi harapan serta persepsi pelanggan.

Penelitian oleh Do et al., (2023) menunjukkan bahwa kewajaran harga berkontribusi pada kepuasan dan niat beli ulang pelanggan, sementara riset oleh Cahyanto et al., (2021) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan niat beli ulang melalui kepuasan terhadap produk atau jasa yang telah dibeli.

Service quality yang diberikan oleh Jiwara Kitchenette dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung. Riset oleh Anjani, (2021) mendukung pernyataan bahwa kualitas pelayanan yang sesuai

dengan harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan mereka. Namun, berbagai ulasan dari pelanggan Jiwaraga Kitchenette, yang tercermin dalam keluhan mengenai layanan dan kualitas makanan, menunjukkan bahwa ada ruang untuk perbaikan.





Gambar 3 Ulasan Konsumen Jiwaraa tentang Service Quality

Sumber: *Media Sosial Instagram Jiwaraa & Situs Pencarian Google Maps*

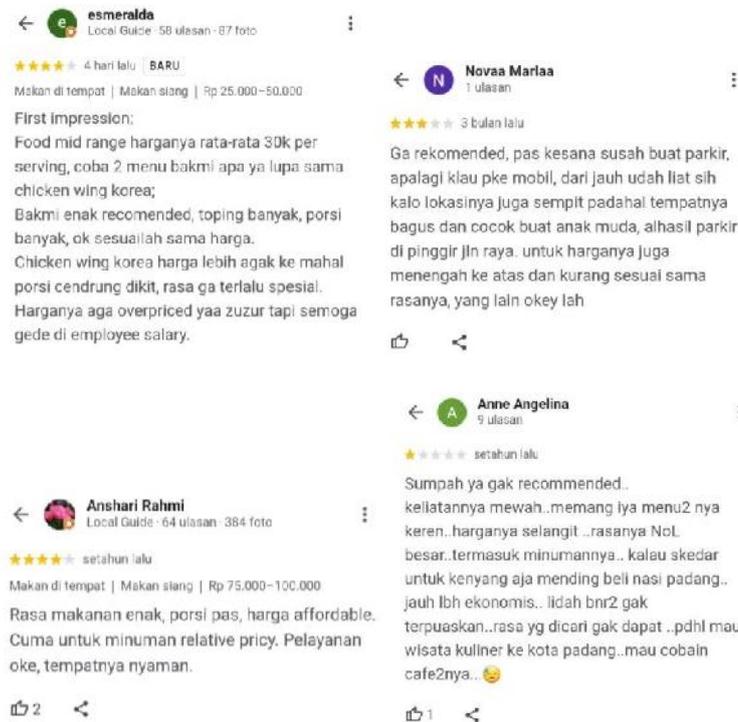
Berdasarkan ulasan dari konsumen Jiwaraa Kitchenette yang dapat ditemukan di situs pencarian Google Maps dan media sosial, terdapat berbagai tanggapan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Ulasan pertama mengungkapkan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang lambat dan tidak terkoordinasi dengan baik. Pengalaman pelanggan menunjukkan bahwa meskipun mereka datang lebih awal, pesanan mereka tertunda dan tidak diatur dengan benar, menyebabkan ketidaknyamanan dan akhirnya memutuskan untuk pergi tanpa menyelesaikan makan.

Ulasan kedua mencatat ketidaknyamanan dengan sikap kasir yang dianggap jutek dan tidak profesional, serta perlakuan yang tidak menyenangkan dari kasir tersebut. Ulasan ketiga mengkritik penempatan meja yang tidak sesuai dengan jumlah tamu yang sudah dipesan, terutama pada acara berbuka puasa yang mempengaruhi kenyamanan pelanggan. Ulasan keempat menyebutkan waktu tunggu yang lama dan pelayanan yang bingung, meskipun makanan tertentu seperti kopi susu dianggap enak. Ulasan kelima menyoroti pelayanan yang kurang profesional dan ketidaksesuaian antara makanan yang dipesan dan yang diterima. Ulasan

keenam mencatat bahwa meskipun tempatnya nyaman dan bersih, kualitas makanan biasa saja dan terdapat masalah dengan penampilan pelayan yang kurang sopan. Ulasan ketujuh mengeluhkan kebijakan penempatan tempat duduk yang tidak fleksibel, khususnya untuk tamu yang duduk di sofa.

Dapat dilihat dari ulasan-ulasan ini bahwa terdapat banyak keluhan mengenai kualitas pelayanan di Jiwaraga Kitchenette, mulai dari keterlambatan, ketidaknyamanan staf, hingga penataan tempat yang tidak memadai. Menurut Pakurar et al., (2019), kualitas layanan yang baik merupakan faktor penting untuk keberhasilan bisnis dan mempengaruhi pertumbuhan serta perkembangan perusahaan. Jika masalah ini tidak ditangani dengan segera, ada risiko pelanggan akan berhenti datang dan merekomendasikan tempat ini kepada orang lain. Oleh karena itu, Jiwaraga Kitchenette perlu mengevaluasi dan memperbaiki kualitas pelayanannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Selain kualitas layanan, kewajaran harga yang diterapkan oleh Jiwaraga Kitchenette juga memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen dan niat beli ulang. Penelitian oleh San et al., (2022) menunjukkan bahwa kewajaran harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sementara Hakim et al., (2020) membuktikan bahwa harga yang wajar berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.



Gambar 4 Ulasan Konsumen Jiwaraga tentang Price Fairness

Sumber: *Media Sosial Instagram Jiwaraga & Situs Pencarian Google Maps*

Berdasarkan ulasan di situs pencarian Google Maps, terdapat beberapa pendapat konsumen mengenai kewajaran harga di Jiwaraga Kitchenette. Ulasan pertama menyebutkan bahwa meskipun bakmi yang dipesan dianggap enak dan sesuai dengan harga, chicken wing Korea dianggap terlalu mahal dengan porsi kecil dan rasa yang tidak istimewa, menunjukkan bahwa harga mungkin sedikit berlebihan. Ulasan kedua mengkritik harga yang dianggap menengah ke atas dan tidak sebanding dengan rasa makanan, serta kesulitan parkir di lokasi yang sempit. Ulasan ketiga menyatakan bahwa harga makanan dianggap terjangkau dan sesuai, tetapi minuman dinilai relatif mahal. Sementara itu, ulasan keempat mengungkapkan ketidakpuasan terhadap harga yang dianggap sangat tinggi dibandingkan

dengan rasa makanan yang tidak memuaskan, serta menyarankan alternatif yang lebih ekonomis.

Dari ulasan-ulasan ini, terlihat adanya keluhan mengenai kewajaran harga yang ditawarkan oleh Jiwara Kitchenette, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan niat mereka untuk membeli kembali. Hal ini diperkuat dengan data perbandingan harga rata-rata makanan dan minuman Jiwara Kitchenette dengan restoran populer lainnya di Padang Barat yang menawarkan menu dan fasilitas serupa, sebagai berikut :

Tabel 3 Perbandingan Harga Rata-rata Makanan dan Minuman Jiwara Kitchenette dengan pesaing lainnya

Nama Restoran	Harga Rata rata	
	Makanan	Minuman
Jiwa Raga Kitchenette	Rp 40,000	Rp 22,500
Bebek Sawah	Rp 34,000	Rp 15,000
Green Garden	Rp 25,000	Rp 20,000
Cisangkuy	Rp 30,500	Rp 19,000
Rasa Eatery	Rp 30,000	Rp 21,000
Waroeng Gaul	Rp 24,000	Rp 14,000
Nuansa Cafe	Rp 33,000	Rp 15,000

Sumber: diambil dari MenuKuliner.net, diakses pada 19 Agustus 2024

Perbandingan harga menunjukkan bahwa harga makanan dan minuman di Jiwara Kitchenette cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan restoran pesaing di area yang sama. Sebagai contoh, harga rata-rata nasi goreng di restoran lain berkisar antara Rp20.000 hingga Rp35.000, sedangkan paket nasi goreng di Jiwara Kitchenette dimulai dari Rp38.000 hingga Rp42.000. Demikian pula, harga es teh manis di restoran lain umumnya berkisar antara Rp6.000 hingga Rp10.000, sementara di Jiwara

Kitchenette, es teh manis dibanderol dengan harga Rp10.400, belum termasuk pajak (PPN) dan layanan.

Untuk meningkatkan kepuasan dan niat beli ulang, Jiwaraga Kitchenette perlu mempertimbangkan kembali struktur harga mereka dan memastikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas dan pengalaman yang diberikan. Sebagaimana dinyatakan oleh Cakici et al., (2019), pelanggan membayar sebagai imbalan atas produk atau jasa yang mereka terima, sehingga harga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen (Son dan Jin, 2019). Penelitian oleh Bellyanti & Rahyuda, (2019) menunjukkan bahwa kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta niat beli ulang. Oleh karena itu, semakin wajar harga yang ditawarkan kepada pelanggan, semakin meningkat kepuasan mereka dan semakin besar pula niat beli ulang mereka.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dipengaruhi oleh kualitas layanan (*service quality*) dan kewajaran harga (*price fairness*). Pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang jika mereka merasa puas dengan kualitas layanan dan kewajaran harga, yang pada akhirnya dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Dengan kualitas pelayanan dan kewajaran harga yang baik yang diciptakan oleh Jiwaraga Kitchenette, konsumen akan merasakan kepuasan, dan ini akan membentuk ikatan yang kuat dengan toko tersebut, sehingga meningkatkan kemungkinan pembelian ulang. Oleh karena itu, Jiwaraga Kitchenette perlu memperhatikan aspek-aspek seperti kualitas

pelayanan, kewajaran harga, dan kepuasan konsumen untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Service Quality dan Price Fairness terhadap Repurchase Intention Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Pelanggan Jiwaraga Kitchenette Padang.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Semakin banyaknya pesaing restoran yang mampu bersaing untuk menarik konsumen dengan mengutamakan harga, tempat dan pelayanan yang baik.
2. Terdapat beberapa harga menu yang masih terbilang tinggi.
3. Terdapat pernyataan kekecewaan konsumen tentang pelayanan di Jiwaraga Kitchenette Padang.
4. Terdapat pernyataan ketidakmauan konsumen untuk berkunjung kembali ke Jiwaraga Kitchenette Padang.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dibentuk agar penelitian yang dilakukan dapat mencapai sasaran yang diharapkan dan tidak meyimang karna mengingat banyaknya permasalahanyang harus diatasi. Penelitian ini berfokus pada pembahasan yang erat kaitannya yaitu tentang Pengaruh *Price Fairness* dan

Service Quality terhadap *Repurchase Intention* Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Pelanggan di Jiwara Kitchenette di Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang sudah disampaikan, maka dapat dipaparkan rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Sejujukanakah pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Jiwara Kitchenette?
2. Sejujukanakah pengaruh *price fairness* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Jiwara Kitchenette?
3. Sejujukanakah pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Jiwara Kitchenette?
4. Sejujukanakah pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Jiwara Kitchenette yang dimediasi oleh *customer satisfaction*?
5. Sejujukanakah pengaruh *price fairness* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Jiwara Kitchenette yang dimediasi oleh *customer satisfaction*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Jiwara Kitchenette.

2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *price fairness* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Jiwara Kitchenette.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Jiwara Kitchenette.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Jiwara Kitchenette yang dimediasi oleh *customer satisfaction*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *price fairness* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan Jiwara Kitchenette yang dimediasi oleh *customer satisfaction*.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, paling tidak dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dan penambahan wawasan dalam bidang pendidikan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi salah satu persyaratan yang diperlukan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Penelitian ini juga memberikan tambahan pengalaman yang sangat berarti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah terutama pengetahuan di bidang

manajemen khususnya konsentrasi pemasaran. Dan juga penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai pengaruh *Service Quality* dan *Price Fairness* terhadap *Repurchase Intention* Dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Jiwaraga Kitchenette Padang.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan sebagai bahan literatur dalam dunia pendidikan, dan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

c. Bagi Jiwaraga Kitchenette Padang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk mengambil keputusan mengenai permasalahan ini dan memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kinerja perusahaanya.