

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH VARIABEL *ENVIRONMENTAL CUES*, *NON-ENVIRONMENTAL CUES* DAN *AESTHETIC LABOR* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *EMOTIONAL RESPONS* PADA PELANGGAN RESTORAN DOMICILE KITCHEN LOUNGE DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Strata Dua

Oleh:

NAMA : NOVITA ANGELINA SARI

NPM : 90120160021



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
2018**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswi Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Novita Angelina Sari

Nomor Pokok Mahasiswa : 90120160021

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul Analisis Pengaruh Variabel *Environmental Cues*, *Non-Environmental Cues* dan *Aesthetic Labor* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Emotional Respons* pada Pelanggan Restoran Domicile Kitchen Lounge Di Surabaya adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 11 Desember 2017

Yang membuat pernyataan



(Novita Angelina Sari)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**“Analisis Pengaruh Variabel *Environmental Cues*, *Non-Environmental Cues*
dan *Aesthetic Labor* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Emotional
Respons* pada Pelanggan Restoran *Domicile Kitchen Lounge* Di Surabaya”**

Oleh :

Nama : Novita Angelina Sari
NPM : 90120160021
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 11 Desember 2017

Menyetujui:

Pembimbing Utama

(Dr. Ronald S., S.T., M.M)

Co-Pembimbing/Supervisor

(Amelia, S.E, RFP-I, MM)

Ketua Jurusan Magister Manajemen

(Yanuar Dananjaya, B. Sc., M.M)

Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Ronald S., S.T., M.M)



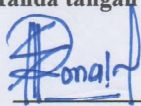
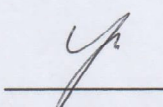
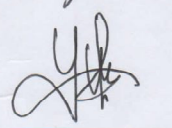
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Tanggal 9 Januari 2018 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Dua Fakultas Ekonomi Jurusan Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

Nama : Novita Angelina Sari
NPM : 90120160021
Jurusan : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul Analisis Pengaruh Variabel *Environmental Cues*, *Non-Environmental Cues* dan *Aesthetic Labor* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Emotional Respons* pada Pelanggan Restoran Domicile Kitchen Lounge Di Surabaya oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda tangan
Dr Ronald S., S.T., M.M	,sebagai Ketua/ Pembimbing	
Yanuar Dananjaya, B. Sc., M.M	,sebagai Penguji Pertama/ Anggota	
Dr Yolanda Soedibyo., S.T., M.M	,sebagai Penguji Kedua/ Sekertaris	

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan tingkat populasi terpadat nomor empat di dunia. Pada tahun 2017 total populasi sekitar 260 juta penduduk dengan tingkat kelas menengah yang lebih besar, sehingga kepadatan penduduk mendorong pertumbuhan industri pada sektor makanan dan minuman. Pertumbuhan di sektor makanan dan minuman di antaranya disebabkan meningkatnya pendapatan masyarakat serta tumbuhnya populasi kelas menengah. Seiring dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mendorong munculnya berbagai restoran yang menasar berbagai segmen. Domicile Kitchen & Lounge adalah salah satu restoran yang memiliki segmen untuk kelas menengah ke atas yang berdiri pada tahun 2014 di Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan nilai *lamda loading* paling besar ditunjukkan oleh pengaruh *pleasure* terhadap *behavioral intention* yaitu sebesar 0,763. Nilai *lamda loading* terbesar selanjutnya adalah pengaruh dari *arousal* terhadap *pleasure* sebesar 0,937. Dari ketiga dimensi *second order* dalam mempengaruhi *arousal* terdapat nilai *lamda loading* paling besar yang ditunjukkan oleh pengaruh variabel *non environmental cues* sebesar 0,656, selanjutnya adalah pengaruh dari variabel *aesthetic labor* yaitu sebesar 0,338 dan yang terakhir adalah variabel *environmental cues* yaitu sebesar 0,264.

Rekomendasi yang dapat diberikan kepada restoran Domicile Kitchen Lounge berkaitan dengan implikasi praktis yang telah dijelaskan diatas adalah ketika Domicile Kitchen Lounge akan membuka cabang baru, mereka harus menempatkan penekanan yang lebih besar pada pemandangan yang menarik misalnya dekat dengan tepi pantai yang menampilkan view pantai yang indah dan juga bisa membangun lokasi restoran diatas bukit yang dekat dengan vila dan tempat wisata lainnya

Kata Kunci: *Environmental Cues, Non Environmental Cues, Aesthetic Labor, Emotional Response, Behavioral Intention*

ABSTRACT

Indonesia is the fourth most populous country in the world. By 2017 the total population is about 260 million people with a larger middle class level, so population density encourages industry growth in the food and beverage sector. Growth in the food and beverage sector is attributed to increased public incomes and the growing middle class population. Along with the growth of food and beverage industry in Indonesia encourage the emergence of various restaurants targeting various segments. Domicile Kitchen & Lounge is one of the restaurants that has segment for upper middle class which was established in 2014 in Surabaya.

The results showed the largest lamda loading value indicated by the influence of pleasure to the behavioral intention of 0.763. The next largest lamda loading value is the effect of arousal to pleasure of 0.937. Of the three dimensions of second order in affecting arousal there is the largest lamda loading value indicated by the influence of non environmental environmental cues of 0.656, then the influence of aesthetic labor variables of 0.338 and the last is environmental cues variable that is equal to 0.264.

The recommendation given to the Domicile Kitchen Lounge restaurant with regard to the practical implications described above is that when the Domicile Kitchen Lounge opens a new branch, they should place greater emphasis on interesting sights such as close proximity to the beachfront featuring beautiful beach views and can also build a restaurant location on a hill close to the villa and other attractions

Key Words: Environmental Cues, Non Environmental Cues, Aesthetic Labor, Emotional Response, and Behavioral Intention

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M selaku Wakil Rektor I, Dekan Fakultas Ekonomi dan selaku pembimbing pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada saya untuk penyelesaian penelitian ini dan yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPHS, selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku dosen pembimbing kedua yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPHS dan yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M, selaku dosen penguji pertama saya yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

4. Ibu Dr. Yolanda Soediby, S.T., M.M, selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Kedua orang tua saya dan keluarga besar saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan kesabaran dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Sahabat saya sejak S1 hingga S2 Kartika Natalia Chandra yang menemani saya kurang lebih 6 tahun dan selalu memberikan semangat dan dukungannya.
7. Christopher Stefanus teman sekelas saya yang banyak membantu saya dalam proses perkuliahan.
8. Teman-teman MM terdekat saya (Elin Merrylin, Christine Permasari, Natalia Pipit, Michaela Abigail, Vincencia dan Dianto) yang telah menemani saya saat perkuliahan berlangsung.
9. Teman-teman seperjuangan MM (Harry, Ririn, Dhika, Celly, Nadia, Kimkim, Nalita, Suzan dan Pooja) yang banyak membantu pada saat perkuliahan.
10. Sahabat S1 saya yang selalu memberikan doa dan *support* dalam pengerjaan tesis ini (Gladys, Om Jeffry dan Andre)
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 11 Desember 2017

Novita Angelina Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN DAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Behavioral Intention</i>	16
2.1.2 <i>Emotional Responses</i>	17
2.1.2.1 <i>Pleasure</i>	18
2.1.2.2 <i>Arousal</i>	19
2.1.3 <i>Restaurant Environmental Cues</i>	20
2.1.3.1 <i>Décor and Artifacts</i>	21
2.1.3.2 <i>Spatial Layout</i>	23
2.1.3.3 <i>Ambient Condition</i>	23

2.1.4 <i>Restaurant Non Environmental Cues</i>	24
2.1.4.1 <i>Food Quality</i>	25
2.1.4.2 <i>Service Quality</i>	26
2.1.4.3 <i>Price</i>	27
2.1.4.4 <i>Location</i>	28
2.1.5 <i>Aesthetic Labor</i>	29
2.1.5.1 <i>Aesthetic Trait</i>	30
2.1.5.2 <i>Service Encounter</i>	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	34
2.3.1 Pengaruh <i>Environmental Cues</i> terhadap <i>Arousal</i>	34
2.3.2 Pengaruh <i>Non Environmental Cues</i> terhadap <i>Arousal</i>	35
2.3.3 Pengaruh <i>Aesthetic Labor</i> terhadap <i>Arousal</i>	36
2.3.4 Pengaruh <i>Arousal</i> terhadap <i>Pleasure</i>	36
2.3.5 Pengaruh <i>Pleasure</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	37
2.4 Model Penelitian.....	38
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Populasi Dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel.....	43
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	47
3.5 Metode Analisis Data.....	50
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	60
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Domicile Kitchen Lounge.....	61
4.2 Analisis Data.....	62
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	62
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	62
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	62

4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2.1.4	Tanggapan Responden.....	64
4.2.1.4.1	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Environmental Cues</i>	66
4.2.1.4.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Non Environmental Cues</i>	67
4.2.1.4.3	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Aesthetic Labor</i>	71
4.2.1.4.4	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Arousal</i>	73
4.2.1.4.5	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Pleasure</i>	74
4.2.1.4.6	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Behavioral Intention</i>	74
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	75
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Décor and Artifact</i>	76
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Spatial Layout</i>	77
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Ambient Condition</i>	78
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	79
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	80
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Price</i>	81
4.2.2.7	Penjelasan Responden terhadap <i>Location</i>	83
4.2.2.8	Penjelasan Responden terhadap <i>Aesthetic Trait</i>	84
4.2.2.9	Penjelasan Responden terhadap <i>Service Encounter</i>	85
4.2.2.10	Penjelasan Responden terhadap <i>Arousal</i>	86
4.2.2.11	Penjelasan Responden terhadap <i>Pleasure</i>	87
4.2.2.12	Penjelasan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i>	88
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	89
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	90
4.2.3.2	Evaluasi <i>Outliers</i>	92
4.2.3.2.1	<i>Univariate Outliers</i>	92
4.2.3.2.2	<i>Multivariate Outliers</i>	93
4.2.4	Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	94
4.3	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	94
4.3.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	95
4.3.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	99
4.4	Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	100
4.4.1	<i>Full Structural Equation Modeling</i> Pada Model Awal.....	100

4.4.2 <i>Full Structural Equation Modeling</i> Pada Model Modifikasi.....	102
4.4.3 <i>Regression Weights Full Structural Equation Modeling</i>	103
4.5 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extra</i>	104
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	107
4.7 Pembahasan.....	108
4.7.1 Pembahasan Perhipotesis.....	109
4.7.1.1 Pembahasan Pengaruh <i>Environmental Cues</i> terhadap <i>Arousal</i>	109
4.7.1.2 Pembahasan Pengaruh <i>Non Environmental Cues</i> terhadap <i>Arousal</i>	110
4.7.1.3 Pembahasan Pengaruh <i>Aesthetic Labor</i> terhadap <i>Arousal</i>	113
4.7.1.4 Pembahasan Pengaruh <i>Arousal</i> terhadap <i>Pleasure</i>	114
4.7.1.5 Pembahasan Pengaruh <i>Pleasure</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	115
4.7.2 Pembahasan Perindikator.....	116
BAB V KESIMPULAN	138
5.1 Simpulan.....	138
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	139
5.1.1.1 Pengaruh <i>Environmental Cues</i> terhadap <i>Arousal</i>	139
5.1.1.2 Pengaruh <i>Non Environmental Cues</i> terhadap <i>Arousal</i>	140
5.1.1.3 Pengaruh <i>Aesthetic Labor</i> terhadap <i>Arousal</i>	141
5.1.1.4 Pengaruh <i>Arousal</i> terhadap <i>Pleasure</i>	141
5.1.1.5 Pengaruh <i>Pleasure</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	142
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	142
5.2 Implikasi.....	143
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	143
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	144
5.3 Rekomendasi.....	150
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Dekorasi Domicile Kitchen Lounge di Surabaya.....	5
Gambar 1.2 Tata Ruang Domicile Kitchen Lounge di Surabaya.....	6
Gambar 1.3 Menu Domicile Kitchen Lounge.....	7
Gambar 1.4 Daftar Menu Domicile Kitchen Lounge dan 1914.....	9
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	38
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Kritis.....	54
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Gambar 4.3 <i>Confirmatory Analysis Environmental Cues, Non Environmental Cues</i> dan <i>Aesthetic Labor</i> Tahap 1.....	95
Gambar 4.4 <i>Confirmatory Analysis Environmental Cues, Non Environmental Cues</i> dan <i>Aesthetic Labor</i> Tahap 2.....	97
Gambar 4.5 <i>Confirmatory Analysis Arousal, Pleasure</i> dan <i>Behavioral Intention</i>	99
Gambar 4.6 <i>Full Structural Equation Modeling</i> Pada Model Awal.....	100
Gambar 4.7 <i>Full Structural Equation Modeling</i> Pada Model Modifikasi.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	52
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	55
Tabel 3.5 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>)...	59
Table 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Table 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.3 Derajat Penelitian Setiap Variabel.....	65
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Décor and Artifact</i>	65
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Spatial Layout</i>	66
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Ambient Condition</i>	67
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	68
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Price</i>	70
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Location</i>	70
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Aesthetic Trait</i>	71
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Encounter</i>	72
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap <i>Arousal</i>	73
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap <i>Pleasure</i>	74
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i>	74
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Décor and artifact</i>	76
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Spatial Layout</i>	77
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Ambient Condition</i>	78
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Food Quality</i>	79
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Service Quality</i>	80
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Price</i>	82
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Location</i>	83
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Aesthetic Trai</i>	84
Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Service Encounter</i> .	85
Tabel 4.25 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Arousal</i>	86

Tabel 4.26 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Pleasure</i>	87
Tabel 4.27 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Behavioral Intention</i>	88
Tabel 4.28 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>).	90
Tabel 4.29 Hasil Uji Normalitas Data.....	91
Tabel 4.30 Statistik Deskriptif <i>Z-Score</i>	93
Tabel 4.31 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Factor Loading</i> Konstruk Eksogen Tahap 1.....	96
Tabel 4.32 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Factor Loading</i> Konstruk Eksogen Tahap 2.....	98
Tabel 4.33 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Factor Loading</i> Konstruk Endogen.....	100
Tabel 4.34 Indeks Pengujian Kelayakan pada Model Awal.....	101
Tabel 4.35 Indeks Pengujian Kelayakan pada Model Modifikasi.....	103
Tabel 4.36 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i>	103
Tabel 4.37 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extra</i>	105
Tabel 4.38 Hasil Uji Hipotesis.....	107
Tabel 4.39 Hasil Uji Hipotesis Setiap Dimensi.....	107
Tabel 4.40 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Service Quality</i>	116
Tabel 4.41 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Price</i>	118
Tabel 4.42 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Food Quality</i>	120
Tabel 4.43 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Location</i>	123
Tabel 4.44 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Aesthetic Trait</i>	124
Tabel 4.45 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Service Encounter</i>	126
Tabel 4.46 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Décor and Artifact</i>	127
Tabel 4.47 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Ambient Condition</i>	129
Tabel 4.48 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Spatial Layout</i>	131
Tabel 4.49 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Arousal</i>	132
Tabel 4.50 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Pleasure</i>	134
Tabel 4.51 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Behavioral Intention</i>	135
Tabel 5.1 Simpulan Hipotesis.....	138
Tabel 5.1 Simpulan Hipotesis Setiap Dimensi.....	139
Tabel 5.2 Implikasi Teoritis.....	143

Tabel 5.3 Implikasi Manajerial.....	148
-------------------------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA	C-1