

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICESC*AP TERHADAP ***REVISIT INTENTION***
YANG DIMEDIASI OLEH *PERCEIVED SERVICE QUALITY*
(Studi Pada Konsumen Genji Coffee Banjarmasin)



Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

FARAH ANNISA

2010312320056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2024

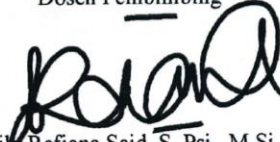
LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP REVISIT INTENTION YANG DIMEDIASI
OLEH PERCEIVED SERVICE QUALITY
(STUDI PADA KONSUMEN GENJI COFFEE BANJARMASIN)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Farah Annisa
NIM. 2010312320056

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 11 Juni 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Prof. Laili Refiana Said, S. Psi., M.Si., Ph.D
NIP. 19700913 200501 2 003

Penguji I



Dr. Nuril Huda, SE, MM
NIP. 19721021199903 1 002

Penguji II



Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA
NIP. 19700209 199303 1 003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Abdul Hadi, SE., M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Farah Annisa
NIM : 2010312320056
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Servicescape terhadap Revisit Intention Yang
Dimediasi Oleh Perceived Service Quality (Studi Pada
Konsumen Genji Coffee)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 11 Juni 2024
(Ruang Rapat Gedung Post Graduate)
Waktu Ujian : 10.00-12.00 WITA

Tim Penguji

Pembimbing: Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D

()

Penguji I: Dr. Nuril Huda, SE, MM

()

Penguji II: Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA

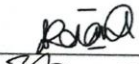
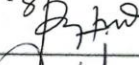
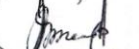
()

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

1. Nama : Farah Annisa
2. NIM : 2010312320056
3. Jurusan : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Servicescape terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Service Quality (Studi Pada Konsumen Genji Coffee)
5. Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
6. Ujian Dilaksanakan : Selasa, 11 Juni 2024
(Ruang Rapat Gedung Post Graduate)
7. Waktu Ujian : 10.00-12.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:

No.	Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
1.	Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D	Pembimbing	
2.	Dr. Nuril Huda, SE, MM	Penguji I	
3.	Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA	Penguji II	

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 11 Juni 2024

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa

Farah Annisa
NIM. 2010312320056

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 11 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Farah Annisa

NIM. 2010312320056

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh *Servicescape* Terhadap *Revisit Intention* Yang Dimediasi Oleh *Perceived Service Quality* (Studi Pada Konsumen Genji Coffee Banjarmasin)"**.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dari awal hingga akhir tanpa adanya saran, doa, serta dukungan dari kedua orang tua, dosen pembimbing, tim dosen penguji, dan pihak-pihak lainnya.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan pedoman dan arahan dalam proses pengerjaan proposal dan skripsi.
4. Ibu Prof. Dr. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Nuril Huda, S.E., M.M., dan Bapak Ikhwan Faisal SE, M.Si, Ak, CA selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik serta saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Widyarfendhi, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar serta seluruh Staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi Peneliti.
8. Orangtua dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Teman-teman yang selalu mendukung dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta pihak lainnya yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga Peneliti mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi serta dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Banjarmasin, 11 Juni 2024

Penulis,



Farah Annisa
NIM. 2010312320056

ABSTRACT

Farah Annisa (2024). The Effect of Servicescape on Revisit Intention Mediated by Perceived Service Quality (Study on Genji Coffee Consumers). Laila Refiana Said (Supervisor).

Genji Coffee is one of the coffeeshops located in Banjarmasin City. The purpose of this study was to analyze the effect of Servicescape on Revisit intention Mediated by Perceived Service Quality.

This study uses quantitative methods. The population and sample in this study were Genji Coffee consumers who were at least 17 years old and had visited Genji Coffee. The sampling technique in this study was purposive sampling with a total sample of 130 respondents. The data were analyzed with Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS).

The results of this study indicate that Servicescape has a positive effect on Perceived Service Quality, Perceived Service Quality has a positive effect on revisit intention, on the other hand, Servicescape has a negative effect on Revisit Intention. While Servicescape to Revisit Intention through Perceived Service Quality has a positive effect, the results of this study indicate that Perceived Service Quality mediates the relationship between Servicescape and Revisit Intention.

Keywords: *Servicescape, Perceived Service Quality, Revisit Intention*

ABSTRAK

Farah Annisa (2024). Pengaruh *Servicescape* Terhadap *Revisit Intention* Yang Dimediasi Oleh *Perceived Service Quality* (Studi Pada Konsumen Genji Coffee). Laila Refiana Said (Pembimbing).

Genji Coffee merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di Kota Banjarmasin. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Servicescape* terhadap *Revisit intention* Yang Dimediasi Oleh *Perceived Service Quality*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen Genji Coffee yang berusia minimal 17 tahun dan pernah mengunjungi Genji Coffee. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Data dianalisis dengan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif terhadap *perceived service quality*, *Perceived Service Quality* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*, di sisi lain *servicescape* terhadap *revisit intention* berpengaruh negative. Sedangkan *servicescape* terhadap *revisit intention* melalui *perceived service quality* berpengaruh positif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived service quality* memediasi hubungan antara *servicescape* dan *revisit intention*.

Kata Kunci: *Servicescape, Perceived Service Quality, Revisit Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR LEGALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR BERITA ACARA	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Service Quality</i>	12
2.1.2 <i>Servicescape</i>	15
2.1.3 <i>Perceived Service Quality</i>	26
2.1.4 <i>Revisit Intention</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL & HIPOTESIS.....	36
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	36
3.2 Hipotesis.....	37
BAB IV METODE PENELITIAN	40
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	40
4.2 Jenis Penelitian	40
4.3 Lokasi Penelitian.....	40

4.4 Unit Analisis.....	40
4.5 Populasi dan Sampel	41
4.5.1 Populasi	41
4.5.2 Sampel dan Teknik Sampling	41
4.6 Definisi Operasional Variabel.....	43
4.6.1 Variabel Independen.....	43
4.6.2 Variabel Dependen.....	43
4.6.3 Variabel Mediasi	44
4.7 Teknik Pengumpulan Data	48
4.8 Teknik Analisis Data.....	48
4.8.1 Model Pengukuran (Outer Model)	49
4.8.2 Model Struktural (Inner Model).....	51
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	54
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
5.2 Hasil dan Analisis	54
5.2.1 Karakteristik Responden	54
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	58
5.2.3 Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	66
5.2.4 Uji Model Struktural (Inner Model).....	70
5.2.5 Uji Hipotesis.....	71
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian	74
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian	78
5.2.8 Keterbatasan Penelitian	81
BAB VI PENUTUP	82
6.1 Kesimpulan	82
6.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4.1 Kalkulasi Sampel Penelitian.....	42
Tabel 4. 2 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4. 3 Tabel Skala Likert.....	48
Tabel 5. 1 Data Jenis Kelamin.....	54
Tabel 5. 2 Data Usia Responden.....	55
Tabel 5. 3 Data Usia Responden.....	56
Tabel 5. 4 Data Domisili Responden.....	57
Tabel 5. 5 Data Jumlah Kunjungan Responden.....	57
Tabel 5. 6 Kriteria Tiga Kotak (Three-box Method).....	59
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden pada Servicescape.....	59
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Pada Perceived Service Quality.....	62
Tabel 5. 9 Tanggapan Responden Pada Revisit Intention.....	64
Tabel 5. 10 Nilai Outer Loading.....	67
Tabel 5. 11 Nilai AVE.....	68
Tabel 5. 12 Nilai Cross Loading.....	68
Tabel 5. 13 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	69
Tabel 5. 14 Nilai R-Square.....	70
Tabel 5. 15 Path Coefficients.....	72
Tabel 5. 16 Indirrect Effect.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren konsumsi Kopi di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Suasana di Genji Coffee.....	5
Gambar 1. 3 Data Penjualan Genji Coffee Tahun 2024.....	6
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	89
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner Responden	93
Lampiran 3 Outer Model.....	103
Lampiran 4 Inner Model	104
Lampiran 5 Hasil Analisis.....	105