

**PENGARUH NARSISME DAN KUALITAS MAKANAN DAN MINUMAN
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI (STUDI EMPIRIS DI LEMINA CLUB
PONTIANAK)
ABSTRAK**

Perkembangan industry kedai kopi di Indonesia berkembang pesat dikarenakan Indonesia memiliki tingkat konsumsi kopi domestic yang tinggi. Kota Pontianak merupakan salah satu kota yang memiliki budaya meminum kopi yang sangat kuat. Kedai kopi lokal di Pontianak untuk saat ini telah menjamur dikarenakan peminatnya yang banyak. Hal ini menyebabkan munculnya persaingan yang ketat di bisnis industry kedai kopi. Lemina Club merupakan kedai kopi yang berada di Pontianak dan menargetkan perempuan sebagai target market mereka yang dimana hal tersebut berbeda dengan kebanyakan kedai kopi di Pontianak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Narsisme dan Kualitas Makanan dan Minuman terhadap Niat Berkunjung Ulang serta peran mediasi dari Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini dimulai pada bulan November dan selesai pada bulan Januari. Penelitian ini dilakukan di kota Pontianak dengan sampel sebanyak 100 partisipan. Dalam penelitian ini, metode analisi data yang digunakan adalah metode Structural Equation Model Partial Least Square (SEMPLS). Untuk melakukan analisis dengan metode PLS, penelitian ini menggunakan software SmartPLS 4. Hasil penelitian diperoleh bahwa Narsisme dan Kualitas Makanan dan Minuman berpengaruh significant terhadap Kepuasan Pelanggan. Serta Narsisme, Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Makanan dan Minuman berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Serta variabel Kepuasan Pelanggan berperan sebagai partial mediation. Pelanggan yang puas dengan kualitas makanan dan minuman serta dapat memenuhi perilaku narsismenya cenderung akan melakukan kunjungan ulang.

Kata Kunci: Narsisme, Kualitas Makanan dan Minuman, Kepuasan Pelanggan, Niat Berkunjung Ulang, Perilaku Konsumen, Kedai Kopi.

**THE INFLUENCE OF NARCISSISM AND FOOD AND BEVERAGE
QUALITY TOWARD REVISIT INTENTION THROUGH THE MEDIATION
OF CUSTOMER SATISFACTION (EMPIRICAL STUDY ON LEMINA CLUB
PONTIANAK)
ABSTRACT**

The development of the coffee shop industry in Indonesia is growing rapidly because Indonesia has a high level of domestic coffee consumption. Pontianak is a city that has a very strong coffee drinking culture. Currently, local coffee shops in Pontianak have grown due to their large demand. This has led to the emergence of intense competition in the coffee shop industry business. Lemina Club is a coffee shop located in Pontianak and targets women as their target market, which is different from most coffee shops in Pontianak. The purpose of this study was to analyze the influence of Narcissism and Food and Beverage Quality on Revisit Intentions and the mediating role of Customer Satisfaction. This research started in November and finished in January. This research was conducted in the city of Pontianak with a sample of 100 participants. In this study, the data analysis method used is the Structural Equation Model Partial Least Square (SEMPLS) method. To carry out the analysis using the PLS method, this study used SmartPLS 4 software. The results showed that Narcissism and Food and Beverage Quality had a significant effect on Customer Satisfaction. And Narcissism, Customer Satisfaction, and Food and Beverage Quality have a significant effect on Revisit Intentions. The Customer Satisfaction variable acts as a partial mediation. Customers who are satisfied with the quality of food and beverages and can fulfilled their narcissistic behavior tend to do revisit.

Keyword: Narcissism, Food and Beverage Quality, Customer Satisfaction, Revisit Intention, Coffee Shop.

RINGKASAN SKRIPSI
PENGARUH NARSISME DAN KUALITAS MAKANAN DAN MINUMAN
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI EMPIRIS DI LEMINA CLUB
PONTIANAK)

1. Pendahuluan

a. Latar Belakang

Bisnis kedai kopi telah menjadi bisnis yang populer pada saat ini, dikarenakan meningkatnya konsumsi kopi dari tahun ke tahun, terutama di Indonesia. Berdasarkan data dari ICO, Indonesia merupakan negara yang tingkat konsumsi kopinya telah naik selama empat tahun terakhir dan diperkirakan akan terus naik hingga tahun 2022. Kota Pontianak merupakan salah satu kota yang memiliki budaya meminum kopi yang sangat kuat. Kedai kopi lokal di Pontianak untuk saat ini telah menjamur dikarenakan peminatnya yang banyak. Hal ini menyebabkan munculnya persaingan yang ketat di bisnis industry kedai kopi. Pemilik kedai kopi perlu memahami perilaku konsumen mereka sebagaimana akan memberikan keuntungan yang berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang di atas peneliti mengambil judul “Pengaruh Narsisme Dan Kualitas Makanan Dan Minuman Terhadap Niat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Di Lemina Club Pontianak)”

b. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Narsisme terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Makanan dan Minuman terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Narsisme terhadap Niat Berkunjung Ulang.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Makanan dan Minuman terhadap Niat Berkunjung Ulang.

5. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Berkunjung Ulang.
6. Untuk menganalisis mediasi Kepuasan Pelanggan antara Narsisme dan Niat Berkunjung Ulang.
7. Untuk menganalisis mediasi Kepuasan Pelanggan antara Kualitas Makanan dan Minuman dan Customer Revisit Intention.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan metode survey, yang bertujuan untuk menemukan hubungan antara dua variable atau lebih. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang merupakan bagian dari teknik non-probability sampling. Hipotesis penelitian ini adalah H1 : Narsisme berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, H2 : Kualitas Makanan dan Minuman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, H3 : Narsisme berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang, H4 : Kualitas Makanan dan Minuman berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang, H5 : Customer Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang, H6 : Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh signifikan antara Narsisme dan Niat Berkunjung Ulang, H7 : Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh signifikan antara Kualitas Makanan dan Minuman dan Niat Berkunjung Ulang.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H1 : Narsisme berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, H2 : Kualitas Makanan dan Minuman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, H3 : Narsisme berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang, H4 : Kualitas Makanan dan Minuman berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung

Ulang, H5 : Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang, H6 : Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh signifikan antara Narsisme dan Niat Berkunjung Ulang, H7 : Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh signifikan antara Kualitas Makanan dan Minuman dan Niat Berkunjung Ulang.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dievaluasi, peneliti sampai pada kesimpulan dan saran hasil akhir penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini disimpulkan bahwa skor rata-rata tanggapan responden untuk masing-masing variabel menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut mendapatkan penilaian yang tinggi dari konsumen.
2. Semua hipotesis dari hipotesis 1 sampai hipotesis 7 diterima karena semuanya menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif.
3. Hasil analisis efek mediasi menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berperan sebagai variabel mediasi dengan jenis mediasi parsial pada hubungan antara Narsisme (X1) dengan Niat Kembali (Y), serta hubungan antara Makanan dan Kualitas Minuman (X2) terhadap Revisit Intention (Y). Dengan demikian, Customer Satisfaction memiliki pengaruh yang signifikan antara Narcissism dan Revisit Intention, serta antara Food and Beverage Quality dan Revisit Intention. Kesimpulannya bahwa pelanggan yang puas dengan kualitas makanan dan minuman serta memenuhi perilaku narsismenya cenderung akan melakukan kunjungan ulang.
4. Ada beberapa rekomendasi yang bisa disarankan oleh peneliti seperti, perusahaan seharusnya lebih memperhatikan agar dapat mempertahankan konsumennya untuk kembali mengunjungi toko dengan mempertimbangkan perilaku konsumen seperti narsisme toko mereka, dan selalu menawarkan kualitas makanan dan minuman yang

baik kepada konsumen. Untuk penelitian dimasa datang peneliti menyarankan, peneliti menggunakan sampel berukuran lebih besar dan variasi daripada penelitian ini, dapat menganalisis perusahaan atau organisasi lain yang memiliki banyak pesaing, serta model variabel masih dapat dieksplorasi dan diperluas daripada penelitian ini karena ada begitu banyak variable laten yang dapat mempengaruhi niat berkunjung ulang.