

ABSTRAK

Ferina Ratnasari, 1001457, PENGARUH *SERVICE GUARANTEE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Survei Terhadap Tamu Quick Menu Program di Saffron Restoran Grand Aston Hotel Yogyakarta). Skripsi dibawah bimbingan Rini Andari, S.Pd.,SE.,Par., MM. dan Taufik Abdullah, MM.,Par.

Salah satu daerah di Indonesia yang mempunyai potensi Pariwisata yang banyak diminati wisatawan adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). DI Yogyakarta mendapat sebutan sebagai destinasi terkemuka karena pesona daya tarik wisata yang dimilikinya, maka dari itu DI Yogyakarta akan berupaya untuk mengembangkan sarana dan prasarana sebagai penunjang pariwisata yang dibutuhkan wisatawan yang salah satunya yaitu akomodasi dan restoran. Grand Aston Hotel Yogyakarta merupakan hotel bintang lima, terletak di jantung kota Yogyakarta yang dapat dijadikan sebagai sarana akomodasi wisatawan. Tingginya *revenue* yang dihasilkan tidak luput dari kontribusi departemen *food and beverage* di Grand Aston Hotel Yogyakarta, salah satunya berasal dari Saffron Restoran. Saffron Restoran menawarkan menu internasional dan asia seperti di restoran umumnya, didukung dengan produk promosi yang cenderung berbeda dari restoran lainnya dengan tujuan dapat mempertahankan tamu dari banyaknya persaingan di luar. Saffron Restoran harus selalu berusaha untuk mengembangkan kualitas baik dari pelayanan maupun produknya jika melihat tamu yang melakukan pembelian ulang masih cenderung stagnan tiap tahunnya. Salah satunya upaya yang dilakukan Saffron Restoran untuk mempertahankan tamu yaitu dengan menggunakan *service guarantee* dan sekaligus yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari *rules, information, treatment* dan *time*, sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah *repurchase intention* yang memiliki indikator yaitu frekuensi pembelian, komitmen pelanggan dan rekomendasi positif. Jenis penelitian yang digunakan adalah deksriptif dan verifikatif dan metode pengambilan sampelnya menggunakan *systematic random sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 responden yang merupakan tamu yang melakukan pembelian *Quick Menu* di Saffron Restoran. Teknik analisis dan pengujian hipotesis data diuji menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *service guarantee* terhadap *repurchase intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service guarantee* memiliki pengaruh terhadap *repurchase intention*. Sub variabel yang signifikan dalam mempengaruhi *repurchase intention* di Saffron Restoran adalah pada indikator *treatment* (X_3) sedangkan sub variabel lainnya yaitu *rules, information* dan *time* tidak dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata kunci : *service guarantee, repurchase intention, Saffron Restoran.*

ABSTRACT

Ferina Ratnasari, 1001457, *THE INFLUENCE OF SERVICE GUARANTEE ON REPURCHASE INTENTION* (Survey toward Guest of Quick Menu Program at Saffron Restaurant Grand Aston Hotel Yogyakarta). Thesis under the guidance of Rini Andari, S.Pd., SE., Par., MM. and Taufik Abdullah, MM., Par.

One of the areas in Indonesia, which has the potential of Tourism which attracted many tourists is Special Region of Yogyakarta (DIY). DI Yogyakarta received designations as a leading destination for the charm of its tourist attraction, therefore Yogyakarta will strive to develop the infrastructure required to support tourism tourists that one of them is accommodation and restaurants. Grand Aston Yogyakarta Hotel is a five star hotel, located in the heart of Yogyakarta, which can be used as a means of tourist accommodation. The high revenue generated not spared from the contribution of food and beverage department at Grand Aston Hotel Yogyakarta, one of which part of this departement is Saffron Restaurant. Saffron Restaurant offers international and Asian menu as in the general restaurant, supported with promotional products that tend to be different from other restaurants with the aim to maintain the number of guests from outside competition. Saffron restaurant should always strive to develop good quality of services and products if they see that a re-purchase each year still tend to stagnate. Efforts are made to maintain a Restaurant Saffron is by using service guarantees and at the same time being the independent variable in this study consists of rules, information, treatment and time, while becoming dependent variable is the repurchase intention that have indicators that the frequency of purchase, customer commitment and a positive recommendation. This type of research is descriptive and verification and sample collection methods using systematic random sampling with a sample size of 100 respondents who were guests who make a purchase Quick Menu at Saffron Restaurant. Techniques of data analysis and testing hypotheses were tested using multiple linear regression analysis to determine how much influence the service guarantee to repurchase intention. The results showed that the service guarantee has an influence on repurchase intention. Sub significant variables influence the repurchase intention in Saffron Restaurant is the treatment (X3) indicator while the other sub-variables are rules, information and time is not otherwise have a significant effect.

Keywords : *service guarantee, repurchase intention, Saffron Restaurant.*