

ABSTRAK

Aryu Nazhara Sani (1301272) “Pengaruh Kualitas Atribut Restoran terhadap *Customer Behavioral Intentions*”, survey pada konsumen *abuba steak* Bandung, di bawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA dan Heny Hendrayati S.IP., MM

Saat ini perkembangan bisnis rumah makan sangat pesat, sangat banyak rumah makan tumbuh di Kota Bandung dan bersaing satu sama lain. Persaingan ketat yang dihadapi oleh para pelaku bisnis dalam memperebutkan dan mempertahankan konsumennya akan mengakibatkan perubahan-perubahan yang lebih cepat terjadi pada sektor bisnis rumah makan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh kualitas atribut restoran terhadap *customer behavioral intentions*. Dalam penelitian ini variabel bebas nya adalah kualitas atribut restoran(X). Sedangkan variabel terikatnya adalah *customer behavioral intentions*(Y). Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif dan verifikatif. Subjek penelitian ini adalah konsumen di Abuba Steak Bandung dengan sampel berjumlah 60 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software SPSS for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas atribut restoran berpengaruh terhadap *customer behavioral intentions*. Diharapkan Abuba Steak bisa lebih memperhatikan kualitas atribut restoran agar restorannya semakin menguntungkan dan dapat bersaing dengan restoran steak lainnya.

Kata kunci : *customer behavioral intention*, atribut restoran, kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana

ABSTRACT

Aryu Nazhara Sani (1301272) “Influence of Restaurant Attribute Quality Toward Customer Behavioral Intentions”, survey on abuba steak Bandung konsumen, under guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA and Heny Hendrayati S.IP.,MM

In this era business restaurant development very rapidly, so many restaurant growing in Indonesia and compete each other. Bussines people must make the konsumen still be they customers, that make revolution so fast in bussines restaurant. Purpose this proposal are to calculate how restaurant atriburte take effect for customer behavioral intention. So the restaurant can know how much restaurant atribut take the effect for customer behavioral intentions. In this proposal, the independent variable is attribute restaurant quality, whil the dependent variabel is customer behavioral intentions. The method used in this research is descriptive and verivication method. The subject of this study are abuba steak konsumen with a sample 60 respondents.the technical analysis used here is multiple regression analysis using SPSS software. The result from this research are the restaurant artribute quality have a significants influence on the customer behavioral intentions. Abuba Steak is expected to more improve Restaurant Attribute Quality to gain more profit and can compete with other steak restaurant.

Keyword :customer behavioral intentions, restaurant attribute, product quality, service quality, ambience