

**STUDI EMPIRIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *REVISIT*
INTENTION PADA *FOOD COURT* PASAR IKAN MODERN MUARA
BARU**



Intelligentia - Dignitas

Disusun Oleh:

SONI SUPRIATNA

1708823096

**Tesis yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Mendapatkan Gelar Magister**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

**AN EMPIRICAL STUDY OF THE FACTORS INFLUENCING REVISIT
INTENTION AT THE FOOD COURT OF THE MODERN FISH MARKET
IN JAKARTA**



Intelligentia - Dignitas

Submitted by:

SONI SUPRIATNA

1708823096

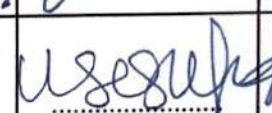
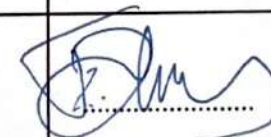
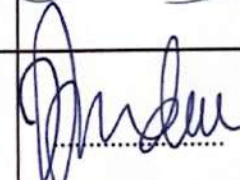
This Thesis is Written in Partial Compliance Requirements for a master's Degree
in The Management Program

**MASTER OF MANAGEMENT PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM
NIP 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman M.Bus NIP 197401152008011008 (Ketua Sidang)		29 . 07 . 2025
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP 197002122008121001 (Pembimbing 1)		29 . 07 . 2025
3	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP 197206171999031001 (Pembimbing 2)		29 . 07 . 2025
4	Dr. Agung Wahyu Handaru, ST, MM NIP 197811272006041001 (Penguji 1)		29 . 07 . 2025
5	Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM NIP 199110182019031014 (Penguji 2)		29 . 07 . 2025
Nama : Soni Supriatna No. Registrasi : 1708823096 Program Studi : Magister Manajemen Tanggal Lulus : 7 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Lengkap : Soni Supriatna
No.Reg : 1708823096
Jurusan : Magister Manajemen
Similarity Score (Turnitin) : 19 %
Judul Tesis : Studi Empiris Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Revisit Intention* pada *Food Court* Pasar Ikan Modern Muara Baru

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
S2 Magister Manajemen


Dr. Osly Usman M. Bus
NIP. 197401152008011008

Jakarta, 29 Juli 2025




Soni Supriatna
NIM. 1708823096

Catatan :
Lampirkan hasil turnitin



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun
Muka, Jakarta 13220 Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285,
Surat Elektronik: fe@unj.ac.id Laman: fe.unj.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

Judul Tesis : Studi Empiris Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Revisit Intention* pada *Food Court* Pasar Ikan Modern Muara Baru

Metode Penelitian : Kuantitatif

Nama Lengkap : Soni Supriatna

NIM : 1708823096

Program Studi : Magister Manajemen

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaraan. Maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Soni Supriatna
NIM. 1708823096



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Soni Supriatna
NIM : 1708823096
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Magister Manajemen
Alamat email : Sonisupriatna59@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☐ Skripsi ☒ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

Yang berjudul :

Studi Empiris Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Revisit Intention* pada *Food Court* Pasar Ikan Modern Muara Baru

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2025

Penulis

Soni Supriatna

ABSTRAK

Meningkatnya persaingan di sektor jasa kuliner mendorong pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen, salah satunya melalui *revisit intention* atau niat untuk berkunjung ulang. Studi ini dimaksudkan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *experiential marketing*, *service quality*, *product quality*, serta *customer satisfaction* terhadap *revisit intention* konsumen pada *Food Court* Pasar Ikan Modern Muara Baru Jakarta. Metode kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini yang melibatkan 270 responden yang telah memiliki pengalaman minimal satu kali berkunjung ke lokasi tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan teknik analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dari enam hipotesis yang diajukan terbukti signifikan. Secara rinci, *experiential marketing* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* dan *revisit intention*; *service quality* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*; *product quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*; serta *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*. Sementara itu, satu hipotesis ditolak, yaitu pengaruh langsung *product quality* terhadap *revisit intention* tidak signifikan. Secara praktis, studi ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang relevan dan strategis bagi pengelola *food court* dan pelaku bisnis kuliner dalam merancang pengalaman pelanggan yang holistik dan meningkatkan kualitas layanan secara konsisten untuk mendorong niat kunjungan ulang. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan dasar bagi studi selanjutnya untuk mengeksplorasi faktor-faktor kontekstual lainnya dalam upaya memperkuat pemahaman terhadap perilaku konsumen di sektor jasa kuliner.

Kata kunci: *food court*, *experiential marketing*, *revisit intention*, *product quality*, pasar ikan modern muara baru

ABSTRACT

The intensifying competition within the culinary service industry has prompted businesses to deepen understanding the factors that drive customer loyalty, particularly through revisit intention. This study aims to examine and analyze the influence of experiential marketing, service quality, product quality, and customer satisfaction on revisit intention among consumers of The Food Court at the Modern Fish Market in Muara Baru, Jakarta. A quantitative approach was employed, involving 270 respondents who had visited the location at least once. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) facilitated by AMOS software. The findings reveal that five out of six hypothesized relationships were statistically significant. Specifically, experiential marketing positively influences both customer satisfaction and revisit intention; service quality directly enhances revisit intention; product quality significantly influences customer satisfaction; and customer satisfaction positively affects revisit intention. However, one hypothesis was rejected, indicating that the direct effect of product quality on revisit intention is not statistically significant. Practically, these findings provide strategic insights for food court managers and culinary business operators. Emphasizing holistic customer experiences and maintaining consistent service quality are critical to enhance revisit intention loyalty.

Keywords: food court, experiential marketing, revisit intention, modern fish market

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul *"Studi Empiris Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Revisit Intention pada Food Court Pasar Ikan Modern Muara Baru."* Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan apresiasi yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M
3. Bapak Dr. Osly Usman, M.Bus selaku Koordintor Program Studi Magister Manajemen sekaligus Ketua Penguji yang telah banyak memberikan masukan konstruktif untuk perbaikan tesis ini
4. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing I, yang penuh kesabaran dan komitmen meluangkan waktu untuk memberikan berbagai masukan, ide, bimbingan, serta arahan selama proses penyusunan tesis ini. Setiap masukan dan arahan yang diberikan tidak hanya memperkaya substansi penelitian, tetapi juga memperluas wawasan penulis dalam berpikir secara kritis, analitis, dan sistematis.
5. Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah sabar dan banyak memberikan masukan, bimbingan dan arahan kepada penulis. Setiap masukan yang diberikan telah membantu penulis dalam memperjelas arah penelitian dan meningkatkan kualitas keseluruhan karya ilmiah ini.

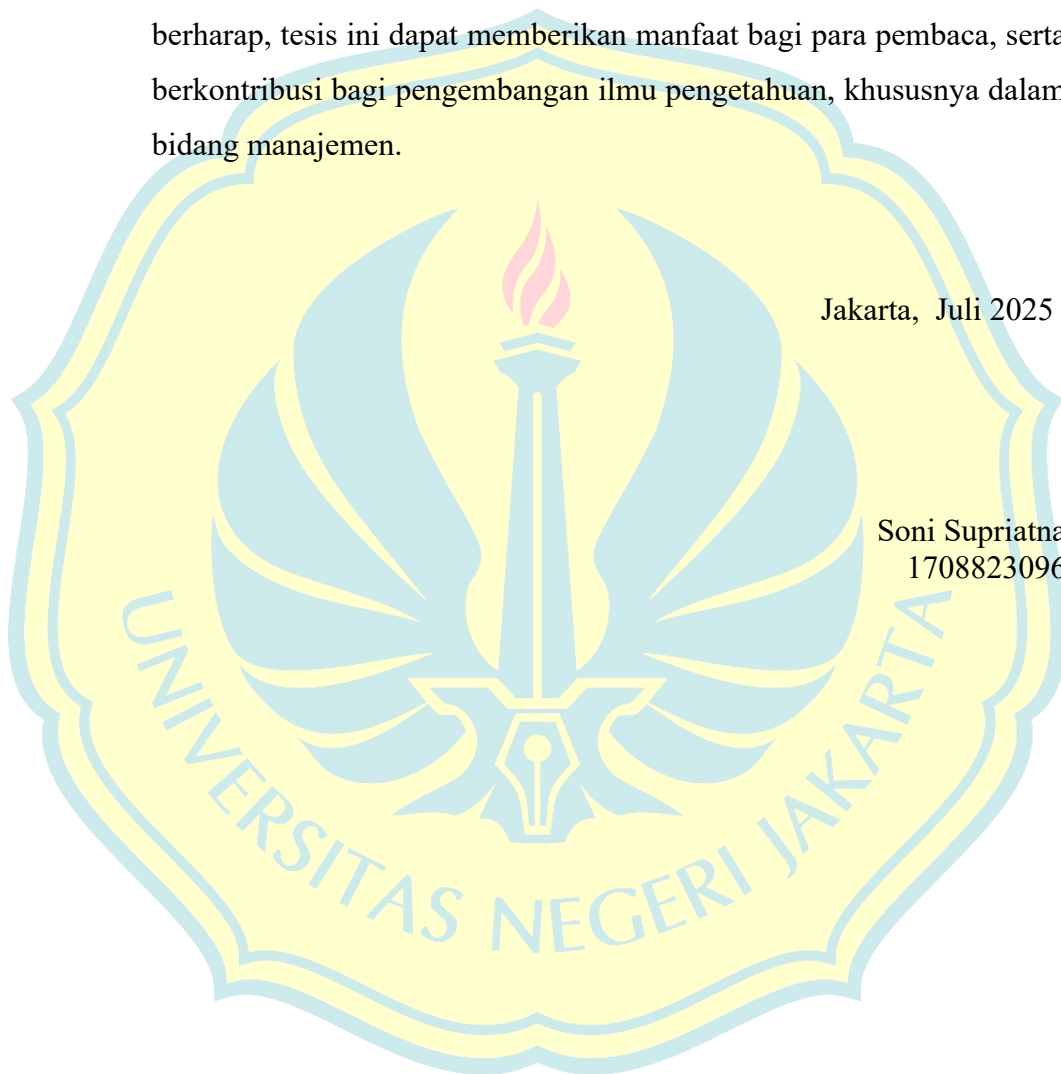
6. Bapak Dr. Agung Wahyu Handaru S.T., M.M selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan yang konstruktif kepada penulis dalam rangka penyempurnaan tesis ini
7. Bapak Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE., MM selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan yang konstruktif kepada penulis dalam rangka penyempurnaan tesis ini
8. Seluruh Dosen Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman sangat berharga selama masa perkuliahan.
9. Bapak dan Ibu jajaran staf di lingkungan FEB UNJ yang telah membantu dan memperlancar penulis selama menempuh studi di Program Studi Magister Manajemen FEB UNJ
10. Keluarga besar Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (Ditjen PDSPKP) KKP, untuk dukungan dan izin yang diberikan sehingga penulis dapat menempuh Tugas Belajar ini dengan baik
11. Keluarga Besar Pusat Pendidikan Kelautan dan Perikanan PUSDIK-BPPSDM KKP, atas dukungan pembiayaan Tugas Belajar sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Belajar ini dengan baik
12. Orang tua, terima kasih atas doa, cinta, dan dukungan yang tiada henti diberikan kepada penulis
13. Istri, terimakasih untuk setiap doa, cinta, kesabaran serta dukungan penuh dan kasih sayang kepada penulis
14. Anak-anak Kelana dan Nada terimakasih telah kebersamai serta menjadi penyemangat penulis selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir
15. Sahabat-sahabat seperjuangan, khususnya rekan-rekan MM Reguler B, terima kasih atas setiap momen kebersamaan, semangat belajar, diskusi yang membangun, serta dukungan selama masa perkuliahan. Kebersamaan kalian telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik ini.

16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas doa, bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dan belum sepenuhnya memenuhi harapan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap, tesis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, serta berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen.

Jakarta, Juli 2025

Soni Supriatna
1708823096



DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Telaah Pustaka	10
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2 <i>Service Quality</i>	11
2.1.3 <i>Product Quality</i>	13
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.1.5 <i>Revisit Intention</i>	15
2.1.6 <i>Service Dominant Logic</i>	16
2.1.7 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kerangka Teori.....	20
2.2.1 <i>Experiential Marketing dan Revisit Intention</i>	20
2.2.2 <i>Experiential Marketing dan Customer Satisfcation</i>	21
2.2.3 <i>Service Quality dan Customer Satisfaction</i>	21
2.2.4 <i>Product Quality dan Customer Satisfaction</i>	23
2.2.5 <i>Product Quality dan Revisit Intention</i>	24

2.2.6	<i>Customer Satisfaction dan Revisit Intention</i>	25
2.2.7	Kerangka Teoritik Penelitian	26
2.3	Perumusan Hipotesis Penelitian	27
BAB III.....		28
METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.2	Desain Penelitian.....	28
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel.....	28
3.3.3	Pengembangan Instrumen	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data	33
3.5	Teknik Analisis Data.....	34
3.5.1	Uji Validitas	34
3.5.2	Uji Reliabilitas	35
3.5.3	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	35
3.5.4	Uji Hipotesis.....	35
3.5.5	Evaluasi Kriteria Kesesuaian Model (<i>goodness of fit</i>)	36
BAB 4.....		37
HASIL PENELITIAN.....		37
4.1	Deskripsi Data dan Unit Analisis.....	37
4.1.1	Karakteristik Responden	37
4.2	Analisis Deskriptif	42
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	42
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	43
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	44
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.2.5	Analisis Deskriptif Variabel <i>Revisit Intention</i>	46
4.3	Hasil Uji Validitas.....	47
4.4	Uji Reliabilitas	53
4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	53

4.5.1	Variabel <i>Experiential Marketing</i>	54
4.5.2	Variabel <i>Service Quality</i>	55
4.5.3	Variabel <i>Product Quality</i>	56
4.5.4	Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	58
4.5.5	Variabel <i>Revisit Intention</i>	59
4.6	Uji Model Fit.....	60
4.7	Hasil Uji Hipotesis	63
4.8	Pembahasan.....	65
4.8.1	<i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	65
4.8.2	<i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	67
4.8.3	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	69
4.8.4	<i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	71
4.8.5	<i>Product Quality</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	73
4.8.6	<i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	75
BAB V.....		77
KESIMPULAN DAN SARAN.....		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Implikasi.....	78
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Angka Konsumsi Ikan Tahun 2019-2023	2
Gambar 2. 1 Kerangka Teori Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Grafik Jenis Kelamin.....	37
Gambar 4. 2 Grafik Usia Responden	38
Gambar 4. 3 Grafik Pendidikan Terakhir.....	39
Gambar 4. 4 Grafik Status Pekerjaan Responden	40
Gambar 4. 5 Grafik Status Pernikahan Responden.....	41
Gambar 4. 6 Model Struktural awal pada Variabel <i>Experiential Marketing</i>	54
Gambar 4. 7 Model Struktural Hasil Modifikasi pada Variabel <i>Experiential Marketing</i>	54
Gambar 4. 8 Model Struktural awal pada Variabel <i>Service Quality</i>	55
Gambar 4. 9 Model Struktural Hasil Modifikasi pada Variabel <i>Service Quality</i> .	56
Gambar 4. 10 Model Struktural awal pada Variabel <i>Product Quality</i>	56
Gambar 4. 11 Model Struktural Modifikasi Variabel <i>Product Quality</i>	57
Gambar 4. 12 Model Struktural Awal Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	58
Gambar 4. 13 Model Struktural Modifikasi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	59
Gambar 4. 14 Model Struktural Awal Variabel <i>Revisit Intention</i>	59
Gambar 4. 15 Model Struktural Modifikasi <i>Variabel Revisit Intention</i>	60
Gambar 4. 16 Model Penelitian yang sudah memenuhi <i>Goodness of Fit Index</i> ...	62
Gambar 4. 17 Hasil Uji Hipotesis menggunakan aplikasi SEM.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Statistik Kedai Makanan Prov. Jakarta Tahun 2020	4
Tabel 3. 1 Indikator dalam menilai <i>experiential marketing</i>	29
Tabel 3. 2 Indikator dalam menilai <i>service quality</i>	30
Tabel 3. 3 Indikator dalam menilai <i>product quality</i>	31
Tabel 3. 4 Indikator dalam menilai <i>customer satisfaction</i>	32
Tabel 3. 5 Indikator dalam menilai <i>revisit intention</i>	33
Tabel 3. 6 Skala Likert	34
Tabel 3. 7 Indeks Kelayakan Model	36
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Usia	38
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4. 4 Status Pekerjaan	40
Tabel 4. 5 Status Pernikahan	41
Tabel 4. 6 Sebaran tanggapan responden terkait variabel <i>Experiential Marketing</i>	42
Tabel 4. 7 Sebaran tanggapan responden terkait variabel <i>Service Quality</i>	43
Tabel 4. 8 Sebaran tanggapan responden terkait variabel <i>Product Quality</i>	44
Tabel 4. 9 Sebaran tanggapan responden terkait variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
Tabel 4. 10 Sebaran tanggapan responden terkait variabel <i>Revisit Intention</i>	46
Tabel 4. 11 <i>Component Matrix</i> dan Nilai AVE pada Variabel <i>Experiential Marketing</i>	48
Tabel 4. 12 <i>Component Matrix</i> dan Nilai AVE pada Variabel <i>Service Quality</i> ...	49
Tabel 4. 13 <i>Component Matrix</i> dan Nilai AVE pada Variabel <i>Product Quality</i> ..	50
Tabel 4. 14 <i>Component Matrix</i> dan Nilai AVE pada Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	51
Tabel 4. 15 <i>Component Matrix</i> dan Nilai AVE pada Variabel <i>Revisit Intention</i> ..	52
Tabel 4. 16 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	53
Tabel 4. 17 Daftar indikator yang dihapus	61
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Index</i>	62
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis	64