

**PERCEIVED RESTAURANT FOOD HEALTHINESS TERHADAP
VALUE, SATISFACTION DAN REVISIT INTENTION TERHADAP
RESTORAN LOVING HUT DI SURABAYA**

Wenny Susilowati

Jurusan Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

wennybhe@gmail.com

Intisari-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Restaurant Food Healthiness* terhadap *Value*, *Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada penelitian sebelumnya yang masih relevan digunakan pada saat ini. Objek yang diambil adalah Restoran Loving Hut Surabaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah 225 responden yang pernah berkunjung ke restoran Loving Hut Surabaya minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melalui pengujian secara statistik. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *Analysis of Moment Structure* (AMOS 16).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Restaurant Food Healthiness* memiliki pengaruh positif terhadap *value* dan *satisfaction*. Sedangkan *Perceived Restaurant Food Healthiness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Revisit Intention*. *Value* juga memiliki pengaruh positif terhadap *satisfaction* dan *value* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention*. *Satisfaction* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention*.

Kata kunci : *Perceived Restaurant Food Healthiness*, *Value*, *Satisfaction*, *Revisit Intention*

Abstract-This study aimed to identify and analyse influence *Perceived Restaurant Food Healthiness* to *value*, *satisfaction* and *revisit intention* on previous research relevant infor-used at this time. Object taken is *Loving Hut Restaurant* in Surabaya.

The data used in research is primary data obtained from questionnaires. Respondent in this study were 225 respondents who've been to Loving Hut Restaurant in Surabaya twice at least 1 years. The sampling technique of this study was non-probability sampling. This study uses a quantitative approach through statistical analysis. Tests conducted using Structural Equation Modeling(SEM) with the help of Analysis of Moment Structures(AMOS 16).

The results of this study indicate that Perceived Restaurant Food Healthiness have a positive impact on the value and satisfaction. Whereas Perceived Restaurant Food Healthiness does not have a positive influence on Revisit Intention . Value also has a positive effect on satisfaction and value do not have a positive influence on revisit intention. Satisfaction does not have a positive influence on revisit intention.

Key words: Perceived Restaurant Food Healthiness, Value, Satisfaction, Revisit Intention

PENDAHULUAN

Masalah kesehatan menjadi isu penting di setiap negara. Indonesia sebagai negara yang padat penduduknya perlu memperhatikan kondisi masyarakatnya terutama dalam mengatasi masalah kesehatan. Hasil riset yang dilakukan oleh lembaga riset "*The Indonesian Institute*" mencatat, ada tiga hal besar yang masih menjadi persoalan dalam bidang kesehatan di Indonesia.

Faktor lainnya yang memicu masalah kesehatan adalah faktor makanan dan kebersihannya. Saat ini jumlah penyakit kronis yang menimpa masyarakat di seluruh dunia semakin meningkat. Hal ini mendapat perhatian dari banyak para ahli gizi dan dokter. Tidak hanya usia tua bahkan penyakit kronis bisa menimpa usia yang masih muda. Menurut Riset Kesehatan Dasar Indonesia, masalah kesehatan masyarakat dipicu oleh meningkatnya gejala obesitas. Gejala obesitas ini timbul karena gaya hidup yang tidak sehat seperti kuliner malam. Makan pada malam hari dapat menumpuk lemak yang berlebih karena pada malam hari tubuh kita tidak beraktivitas sehingga makanan yang masuk tidak dapat tercerna dengan baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Departemen Kesehatan dan Pelayanan Manusia menunjukkan bahwa 70% masalah gizi yang menyebabkan

kematian adalah gaya hidup individu. Gaya hidup yang tidak sehat ditunjukkan dari cara individu dalam mengkonsumsi makanan. Konsumsi junk food yang tinggi dan konsumsi sayur dan buah yang rendah akan menimbulkan masalah gizi. Masalah gizi tersebut yang memicu meningkatnya penyakit yang tidak menular seperti stroke, jantung, hipertensi, kolesterol dan lain-lain. Selain itu, gaya hidup tidak sehat juga disebabkan oleh kebiasaan makan di luar dan nongkrong.

Jumlah pertumbuhan restoran terus menerus mengalami peningkatan. Pada tahun 2013 pertumbuhan restoran kelas menengah dan atas meningkat hingga 250% dalam lima tahun terakhir. Menurut riset dari Qraved.com terjadi pergeseran tren di mana semakin banyak masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan makan di restoran. Banyak masyarakat memanfaatkan kegiatan makan di restoran untuk bersosialisasi. Berdasarkan penelitian dari Qraved.com menunjukkan bahwa fenomena tren makan di restoran merupakan bagian dari aktivitas sosial dimana separuh dari mereka yang makan di restoran, datang bersama rekan bisnis, teman atau keluarga. (<http://www.tribunnews.com/>). Pertumbuhan jumlah restoran yang berkembang pesat membuat perubahan gaya hidup masyarakat yang serba praktis. Banyak masyarakat yang memilih untuk menikmati makan di restoran daripada di rumah. Restoran bisa menjadi tempat pertemuan untuk kerabat atau klien bisnisnya. Selain itu makan di restoran bisa meningkatkan prestise seseorang di jaman sekarang.

Meningkatnya jumlah restoran atau rumah makan menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Restoran berupaya memberikan menu yang enak dan semenarik mungkin untuk menarik perhatian customer. Restoran juga akan mempertimbangkan lokasi serta suasana restoran yang nyaman untuk tempat berkumpul yang menyenangkan.

Dilihat dari banyaknya jumlah restoran yang memberikan kenikmatan dan kenyamanan, saat ini ada pula restoran yang menyajikan makanan sehat bagi beberapa orang yang aware terhadap kesehatan. Selain gaya hidup hedonis, gaya hidup sehat juga memberikan pengaruh terhadap berkembangnya bisnis restoran atau rumah makan. Terlebih lagi semakin banyak masyarakat yang saat ini mengutamakan kesehatan tubuhnya untuk menghindari berbagai jenis penyakit.

Berdasarkan penelitian dari H.J Kim et al., (2012) menyatakan *the perceived restaurant food healthiness is operationalized by both food focused characteristic and the facilitating factors of healthy eating in the restaurant setting*. Maksudnya adalah pendapat seseorang terhadap makanan yang sehat dan fasilitas pendukung di restoran untuk menyajikan makanan sehat yang sudah dipersiapkan oleh restoran. Value merupakan variabel penting yang harus dimiliki restoran untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2000) “*Value is the consumer’s estimate of the product’s overall capacity to satisfy his or her needs*”. Hal tersebut berarti perkiraan konsumen dari kapasitas keseluruhan produk untuk memenuhi kebutuhannya. Semua badan usaha yang berorientasi pada pemasaran secara murni bertujuan untuk mencapai *customer satisfaction* melalui pemenuhan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Kotler (2003) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kunjungan kembali dari konsumen merupakan hal yang sangat diharapkan oleh penyedia jasa *Revisit intention* menurut Oliver’s (1997) dalam H.J Kim et al., (2011) adalah *revisit intention as a stated likelihood to return to the restaurant in the near future*. Maksudnya adalah kemungkinan untuk datang berkunjung kembali ke restoran dalam waktu dekat.

METODE PENELITIAN

Obyek yang digunakan dalam penelitian adalah Restoran Loving Hut Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Analisis Of Moment Structures* (AMOS 16). Prosedur dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berikut ini :

1. Melakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk 30 data responden. Data dikatakan valid apabila memiliki nilai signifikan $< 0,05$ dan dikatakan reliabel apabila memiliki *cronbach alpha* $> 0,60$. Langkah Selanjutnya menggunakan langkah SEM.
2. Langkah SEM terbagi menjadi 2 bagian yaitu model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*). Sebelum dianalisis model struktural, model pengukuran harus sudah baik dan benar agar memberikan informasi yang akurat dan bisa dipercaya.

Model digunakan untuk memeriksa bahwa keseluruhan data (225 data) sudah valid dan reliabel sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut. Model Pengukuran memungkinkan peneliti untuk menggunakan beberapa variabel untuk sebuah variabel bebas (*independent variable*). Kesesuaian model pengukuran dengan data empirisnya diukur dengan indeks goodness-of-fit (GOF). Goodness-of-fit (GOF) mengindikasikan seberapa baik model yang telah ditentukan menghasilkan matriks kovarians terobservasi diantara tiap indikator (Hair et al., 2010 : 664).

Alat uji yang digunakan untuk menguji apakah suatu model sudah baik maka dapat menggunakan absolut dan incremental fit index. Penelitian ini hanya menggunakan 5 kriteria karena menurut Hair *et al* (2010) 3-4 kriteria sudah cukup untuk menentukan model yang fit, yang terdiri dari :

1. TLI (*Tucker Lewis Index*)

TLI digunakan untuk membandingkan model yang diuji terhadap baseline model dan memiliki Cut of index $> 0,90$ (Hair et al., 2006: 746-750). Nilai untuk TLI berkisar 0-1. Artinya semakin mendekati 1 nilai akan menunjukkan *good fit*, sedangkan jika lebih tinggi menunjukkan *better fit* (Hair et al., 2010: 668).

2. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI merupakan uji kelayakan model, tidak sensitif terhadap ukuran sampel dan memiliki *Cut of Index* $> 0,90$ (Hair et al., 2010: 668). Menurut Hair *et al.* (2010: 669) Nilai CFI berada di antara 0 dan 1, Semakin tinggi nilai maka akan menunjukkan *Better fit*.

3. *Normed Chi square statistic* (CMIN/DF)

CMIN/DF merupakan salah satu ukuran *Goodness of fit index* (GOF) yang diperoleh dari rasio antara nilai χ^2 dengan bebasnya dari suatu model. Dinilai memiliki GOF yang baik apabila nilai χ^2 dibawah 3 (Hair et al., 2010: 668).

4. GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI merupakan indeks kesesuaian untuk menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi. GFI

memiliki rentang nilai 0,00 – 1,00 dan *Cut of index* > 0,90 (Hair *et al.*, 2006: 746-750). GFI dapat diterima apabila $GFI > 0,90$ (*good fit*). Nilai GFI yang semakin tinggi menunjukkan nilai yang semakin baik (*better fit*) (Hair *et al.*, 2010: 667).

5. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

RMSEA digunakan untuk mengkompensasi chi square statistic dalam sampel besar dan memiliki *Cut of index* < 0,08 (Hair *et al.*, 2006: 746-750). Nilai RMSEA yang semakin kecil akan menunjukkan bahwa model akan semakin baik (*Better fit*). RMSEA dapat menolak model dengan jumlah sampel yang besar sehingga menunjukkan seberapa baik model dengan populasi tidak hanya sampel yang digunakan dalam estimasi (Hair *et al.*, 2010: 667).

Setelah dilakukan model pengukuran, maka selanjutnya melakukan model struktural. Model struktural digunakan untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Setiap langkah SEM perlu diuji kesesuaian model, keseluruhan model struktural dengan data empiris juga diukur dengan menggunakan index goodness-of-fit (GOF).

3. Penelitian ini juga melakukan undimensionalitas dan reliabilitas untuk menguji valid dan reliabelnya keseluruhan data yaitu 225 data setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk 30 da ta responden. Pendekatan yang digunakan untuk mengukur undimensionalitas dan reliabilitas adalah *construct reliability* dan *average variance extracted*.

1. Construct Reliability (CR)

Nilai CR sering digunakan dalam model SEM. Nilai CR dapat diterima apabila $> 0,70$ (Hair *et al.*, 2010: 709-710) dan dapat diperoleh melalui persamaan berikut ini:

$$\text{Construct Reliabilty} = \frac{\left(\sum_{I=1}^n L_i\right)^2}{\left(\sum_{I=1}^n L_i\right)^2 + \left(\sum_{I=1}^n e_i\right)}$$

2. Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE yang tinggi menunjukkan bahwa indikator telah mewakili konstruk laten yang dikembangkan dengan baik.

Nilai AVE yang diterima adalah $> 0,50$ (Hair *et al.*, 2010 :709) dan dapat diperoleh melalui persamaan berikut ini :

$$\text{Average Variance Extracted} = \frac{\sum_{i=1}^n L_i^2}{n}$$

4. Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah melakukan pengujian hipotesis dengan melihat t-value $> 1,96$ dengan tingkat signifikan sebesar 5 % (α -5%) dengan menggunakan AMOS 16.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Data Kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik atau angka. (Kuncoro, 2003: 124).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer karena diperoleh dari hasil sebar kuesioner berdasarkan pernyataan yang ada pada item pengumpulan data. Data primer merupakan data yang merujuk pada informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti terkait variabel-variabel yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2010: 180).

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *numerical scale*, yang diukur dalam 5 skala jenjang. Nilai yang mendekati angka 1 berarti “Sangat tidak setuju” terhadap pernyataan yang diberikan sedangkan nilai yang mendekati angka 5 berarti “Sangat Setuju” terhadap pernyataan yang diberikan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* karena populasi yang diteliti tidak teridentifikasi jumlahnya (Zikmund *et al.*, 2011:395). Jenis pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* karena tidak semua orang masuk dalam kriteria sampel. *Purposive sampling* adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan sampel dari orang-orang yang memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan (Cozby & Bates, 2012: 147-148)

HASIL IMPLEMENTASI

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan setiap pernyataan didalam kuesioner untuk mengukur suatu variabel sehingga dapat menjawab

permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat 4 variabel yang telah diuji validitas dan reliabilitas.

Penelitian ini menunjukkan bahwa setiap indikator untuk setiap variabel yaitu Perceived Restaurant Food Healthiness, Value, Satisfaction dan Revisit Intention dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ dengan pearson correlation diatas 0,5 dan mendekati 1 sehingga bisa dianalisis lebih lanjut. Setiap indikator untuk setiap variabel juga dinyatakan reliabel karena memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$. Sehingga dari uji reliabilitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa kuesioner yang telah dirancang untuk menguji hipotesis telah memenuhi syarat dan kuesioner berikutnya dapat dibagikan untuk mendapatkan sampel yang telah ditetapkan.

Setelah diketahui bahwa 30 data responden sudah valid dan reliabel maka selanjutnya menggunakan 2 langkah SEM yaitu model pengukuran dan model struktural untuk menilai apakah suatu model penelitian sudah menunjukkan nilai yang fit dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 1
Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1.	CMIN/DF	CMIN/DF < 2	1,307	<i>Good fit</i>
2.	GFI	GFI $> 0,90$	0,936	<i>Good fit</i>
3.	RMSEA	RMSEA $< 0,08$	0,037	<i>Good fit</i>
4.	CFI	CFI $> 0,90$	0,988	<i>Good fit</i>
5.	TLI	TLI $> 0,90$	0,985	<i>Good fit</i>
6.	IFI	IFI $> 0,90$	0,988	<i>Good fit</i>

Tabel 2
Hasil Uji Kecocokan Model Struktural

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1.	CMIN/DF	CMIN/DF < 2	1,307	<i>Good fit</i>
2.	GFI	GFI $> 0,90$	0,936	<i>Good fit</i>
3.	RMSEA	RMSEA $< 0,08$	0,037	<i>Good fit</i>
4.	CFI	CFI $> 0,90$	0,988	<i>Good fit</i>
5.	TLI	TLI $> 0,90$	0,985	<i>Good fit</i>
6.	IFI	IFI $> 0,90$	0,988	<i>Good fit</i>

Berdasarkan tabel 1 dan 2 dapat dilihat bahwa model penelitian sudah menunjukkan goodness-of-fit. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas data secara keseluruhan yaitu untuk 225 data responden maka diukur dengan menggunakan *construct reliability* dan *average variance extracted*.

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *construct reliability* $\geq 0,70$ sehingga seluruh variabel yang digunakan sudah reliabel. Merujuk pada Hair et al., (2010 :710)

Tabel 3
Construct Reliability Model Pengukuran

Variabel	(\sum std.loading)	(\sum std.loading) ²	\sum error	<i>Construct Reliability</i>
<i>Perceived Restaurant Food Healthiness</i>	4,877	23,785	2,033	0,921
<i>Value</i>	2,343	5,489	1,165	0,824
<i>Satisfaction</i>	2,295	5,267	1,241	0,809
<i>Revisit Intention</i>	2,372	5,626	1,106	0,835

Tabel 4
Average Variance Extracted Model Pengukuran

Variabel	(\sum std.loading) ²	\sum error	<i>Average Variance Extracted</i>
<i>Perceived Restaurant Food Healthiness</i>	3,966	2,033	0,661
<i>Value</i>	1,834	1,165	0,611
<i>Satisfaction</i>	1,758	1,241	0,586
<i>Revisit Intention</i>	1,893	1,106	0,631

Uji validitas secara konservatif mensyaratkan nilai *Average Variance Extracted* minimal sebesar 0,5. Pada Tabel 4 terlihat bahwa semua konstruk sudah memenuhi validitas.

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang satu dengan variabel yang lain. Dalam penelitian ini terdapat 3 hipotesis yang memiliki nilai critical ratio $> 1,96$, hipotesis yang terdukung adalah hipotesis 2, hipotesis 3, hipotesis 4 dan terdapat 3 hipotesis tidak terdukung adalah hipotesis 1, hipotesis 5 dan hipotesis 6.

Tabel 19
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan antar Konstruk	Nilai Estimate	Critical Ratio	P-value	Keterangan
H1	PRFH→RI	-1,501	-0,429	0.668	Tidak Terdukung
H2	PRFH→S	0,891	10,075	***	Terdukung
H3	PRFH→V	0,863	9,449	***	Terdukung
H4	V→S	0,157	2,831	0,005	Terdukung
H5	V→RI	0,351	0,547	0,585	Tidak Terdukung
H6	S→RI	0,779	0,198	0,843	Tidak Terdukung

Keterangan **: signifikan dengan nilai p-value < 0,5% atau 0,005

***: signifikan dengan nilai p-value < 0,1% atau 0,001

Pada hipotesis 1 menunjukkan tidak adanya pengaruh dan tidak signifikan antara *Perceived Restaurant Food Healthiness* dan *Revisit Intention* pada Restoran Loving Hut Surabaya dengan nilai *Critical Ratio* sebesar -0,429 dan nilai P-Value sebesar 0,668 yang berarti hipotesis tidak diterima. Hipotesis ini mengacu pada jurnal Kimet *al* (2012) bahwa *Perceived Restaurant Food Healthiness* memang tidak memiliki hubungan dengan *Revisit Intention*.

Pada hipotesis 5 menunjukkan tidak adanya pengaruh dan tidak signifikan antara *Perceived Restaurant Food Healthiness* dan *Revisit Intention* pada Restoran Loving Hut Surabaya dengan nilai *Critical Ratio* sebesar 0,547 dan nilai P-Value sebesar 0,585 yang berarti hipotesis tidak diterima. Hipotesis ini mengacu pada jurnal Kimet *al* (2012) bahwa *Value* memang tidak memiliki hubungan dengan *Revisit Intention*.

Pada hipotesis 6 menunjukkan tidak adanya pengaruh dan tidak signifikan antara *Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada Restoran Loving Hut Surabaya dengan nilai *Critical Ratio* sebesar 0,198 dan nilai P-Value sebesar 0,843 yang berarti hipotesis tidak diterima. Faktanya Pelanggan restoran Loving Hut sudah puas terhadap pelayanan dan kualitas makanan yang disediakan restoran. Namun hal tersebut tidak menyebabkan pelanggan mengunjungi kembali restoran Loving Hut karena tidak semua pelanggan Loving Hut adalah vegetarian sehingga pelanggan yang bukan vegetarian itu memiliki pilihan untuk makan di restoran lain.

KESIMPULAN

Berikut adalah hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan pada Bab IV dan Bab V dengan menggunakan metode SEM dan bantuan program AMOS 16, maka dapat diperoleh konklusi bahwa dari 6 hipotesis yang telah dikembangkan, terdapat 3 hipotesis yang terdukung dan 3 hipotesis yang tidak terdukung.

Berikut ini adalah penjelasan 3 hipotesis yang terdukung :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan perceived restaurant food healthiness terhadap satisfaction di restoran Loving Hut Surabaya
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan perceived restaurant food healthiness terhadap value di restoran Loving Hut Surabaya
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan perceived restaurant food healthiness terhadap revisit intention di restoran Loving Hut Surabaya

Dan berikut ini adalah penjelasan 3 hipotesis yang tidak terdukung:

1. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan perceived restaurant food healthiness terhadap revisit intention di restoran Loving Hut Surabaya
2. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan value terhadap revisit intention di restoran Loving Hut Surabaya
3. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan satisfaction terhadap revisit intention di restoran Loving Hut Surabaya

REKOMENDASI

Adanya keterbatasan dalam penelitian ini sehingga menimbulkan saran atau rekomendasi untuk penelitian mendatang yang diharapkan mampu melengkapi keterbatasan penelitian yang ada saat ini. Adapun rekomendasi yang ditujukan kepada restoran Loving Hut. Selain itu, rekomendasi juga ditujukan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan penelitian ini. Adapun rekomendasi yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Rekomendasi Bagi Restoran Loving Hut di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa indikator konsumen yang ingin lebih sering mengunjungi Restoran Loving Hut di Surabaya memiliki nilai mean terendah dibanding indikator lainnya. Oleh karena itu, pihak restoran Loving Hut dapat membuat konsumen lebih sering mengunjungi

restoran Loving Hut dengan cara sering mengadakan promo dan event menarik yang menguntungkan konsumen. Selain itu restoran juga dapat menggunakan kartu member untuk pelanggan Loving Hut agar pelanggan bisa bersikap lebih loyal terhadap restoran Loving Hut.

2. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebesar 225 responden. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih banyak untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Penelitian ini dilakukan pada restoran Loving Hut saja. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek restoran sehat lainnya dan dapat menggunakan kerangka penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., and Nasharuddin, S.Z., 2013, "Hospitality service quality and its effects on Patient satisfaction and behavioral intention", *Clinical Governance: An International Journal*, Vol. 18 No. 3, pp. 238-254.
- Albrecht, Karl, (1994). *The Northbound Train: Finding The Purpose setting The Direction, Shaping The Destiny of Your Organization*, New York: AMA Membership Edition
- Band, W.A. 1991. *Creating Value For Customers, Designing And Implementing A Total Corporate Strategy*. John Wiley and Sons Inc. New York
- Buttle, F 2004, "Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)", *Concepts and Tools*, Bayu Media, pp. 281-283
- Contento, I.R., Michela, J.L., Goldberg, C.J., 1988. Food choice among adolescents: population segmentation by motivations. *Journal of Nutrition Education* 20 (6), 289-298.
- Cozby, P.C. dan S. C. Bates, 2012, *Methods in Behavioral Research*, Eleventh Edition, New York McGraw Hill.
- Cronin, J.J., Brady, M.K., Hult, G.T.M., 2000. Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing* 76 (2), 193-218.
- Ferdinand, A, 2002, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gregory, S., McTyre, C., DiPietro, R., 2006. Fast food to healthy food: a paradigm shift. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration* 7 (4), 43-62
- Hair, J F., Black, W.C., Babin, B.J. dan Anderson, R.E, 2010, *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*, Prentice Hall Inc, New Jersey
- Heinonen, K., 2004, "Reconceptualizing customer perceived value: the value of time and place", *Managing Service Quality*, Vol 14, Number 2/3, pp. 205-215

- Huang, S., Hsu, C.H.C., 2009. Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention. *Journal of Travelling Research*, Vol.48:29-44
- Japarianto Edwin, 2006, “Budaya dan Behavior Intention Mahasiswa Dalam Menilai Service Quality Universitas Kristen Petra”, Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*, 11th Edition. Prentice Hall Int’l, New Jersey, 2003,p.138
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 1991. *Principle of Marketing*. Fifth edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing management: Analysis, Planing, Implementation, Control*. Ed. 8, New Jersey: Prentice Hall, Inc
- Kotler, Philip., 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Seventh Edition, Prentice Hall International Edition.masaran.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 dan 2. (Alih Bahasa: Bob Sabram, dkk). Jakarta: Erlangga.
- Kozup, J.C., Creyer, E.H., Burton, S., 2003. Making healthful food choices: the influence of health claims and nutrition information on consumers’ evaluations of packaged food products and restaurant menu items. *Journal of Marketing* 67 (2),19–34.
- Malhotra, N.K., 2007, *Marketing Research An Applied Orientation*, Fifth Edition, Pearson Education Inc
- Namkung, Y., Jang, S., 2007. Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 31 (3), 387–410.
- Namkung, Y., Jang, S., 2008. Are highly satisfied restaurant customers really different? A quality perception perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 20 (2), 142–155.
- Peter, J.P., and J.C Olson, 1990, “*Consumer Behavior and Marketing Strategy*”, Second Edition, Boston : Irwin
- Sekaran. U. dan R. Bougie, 2010, *Research Methods for Business*, Fifth Edition, A John Wiley and Sons Ltd.
- Steptoe, A., Pollard, T., Wardle, J., 1995. Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire. *Appetite* 25 (3), 267-284.
- Sugiyono, 2013, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta.
- Sujatno, A.Bambang., 2011, *HOSPITALITY : Secret Skill. Attitude, and Performances for Restaurant Manager*, Edisi pertama, Penerbit Andi Yogyakarta
- Sulek, J.M., Hensley, R.L., 2004. The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait: The case of a full-service restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 45 (3), 235–247.
- Tjiptono,F.dan Chandra,G. 2005. *Service,Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta : PT. ANDI Yogyakarta
- Um, S., Chon, K., Ro, Y., 2006. Antecedents of Revisit Intention. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33: 1141-1158.

- Verhoeff, P.C., Franses, P.H., & Hoekstra, J. C. 2002. The effect of relational constructs on customer referrals and number of services purchased from a multiservice provider. Does age of relationship matter?. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 3: 202-216
- WA, Marsum., 2005, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Wijanto, S.H., 2008, *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8: Konsep dan Tutorial*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (2000), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, New York, McGraw Hill
- Zeithaml, Valerie A., Bitner M.J., Gremler Dwayne D., 2009, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Fifth Edition, McGraw Hill International
- <http://lamongankab.go.id/instansi/dinkes/10-penyakit-penyebab-kematian-terbanyak-di-indonesia/> Diunduh pada tanggal 15 September 2015.
- <http://daunbuah.com/penyakit-yang-disebabkan-oleh-kebiasaan-makan-yang-buruk> Diunduh pada tanggal 15 September 2015.
- <http://nutritionfairipb.com/nutrition-fair-2015/>. Diunduh pada tanggal 15 September 2015.
- <http://joss.today/read/11428-Sektor-Riil-Pertumbuhan-Restoran-di-Surabaya-Terpacu-Keberadaan-Infrastruktur>. Diunduh pada tanggal 15 September 2015.
- <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen>. Diunduh pada tanggal 15 September 2015.
- <http://bayivegetarian.com/alamat-depot-restoran-dan-warung-vegetarian-di-surabaya/>. Diunduh pada tanggal 16 September 2015.
- <http://www.lovinghut.co.id/kontak.shtml>
- <http://www.jagatreview.com/2010/12/loving-hut-be-veg-to-save-the-planet/>. Diunduh pada tanggal 5 Oktober 2015.
- <https://kulinersby.wordpress.com/food/vegetarian-food/>. Diunduh pada tanggal 6 Oktober 2015
- <https://kulinersby.wordpress.com/food/vegetarian-food/ahimsa/>. Diunduh pada tanggal 6 Oktober 2015.
- <http://travel.kapanlagi.com/surabaya/kuliner/resto/8968-kuliner-vegetarian-ahimsa-foto.html>. Diunduh pada tanggal 6 Oktober 2015.
- <http://www.foodgrapher.com/2012/11/loving-hut-vegetarian-restaurant.html>. Diunduh pada tanggal 6 Oktober 2015.
- <http://www.renegadetravels.com/loving-hut-surabaya-indonesia/>. Diunduh pada tanggal 6 Oktober 2015.
- http://www.kompasiana.com/sutiono/loving-hut-resto-vegetarian-waralaba-asal-taiwan_55290fc66ea834e6218b45f4. Diunduh pada tanggal 8 Oktober 2015.
- http://silvanadevinta.blogspot.co.id/2013_03_01_archive.html. Diunduh pada tanggal 8 Oktober 2015.

<https://plus.google.com/111434067650914445169/about>. Diunduh pada tanggal 14 Januari 2016.

<http://www.choosemyplate.gov/guidelines/index.html>. Diunduh pada tanggal 31 Januari 2016

<http://disbudpar.kutaiartanegarab.go.id/uploads/kebijakan/PERATURAN%20MENTRI/PERMEN%20PAREKRAF%20%2012%20%202014%20%20RUMAH%20MAKAN.pdf> Diunduh pada tanggal 31 Januari 2016

<https://id-id.facebook.com/IndonesiaVegetarian/posts/428298720586836> Diunduh pada tanggal 8 Juni 2016

<https://nyamnyamyuk.wordpress.com/2012/02/22/makan-sehat-dan-enak-ala-loving-hut/> Diunduh pada tanggal 10 Juni 2016