

Peran kualitas produk kualitas layanan dan atmosfer pasar terhadap respons emosi dan intensi perilaku pengunjung pasar santa = The role of product quality service quality and market atmospherics for emotion respons and behavioral intention santa modern market visitor / Dewi Pujiastuti

Dewi Pujiastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413352&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini kualitas persepsi merupakan hal yang paling mendasar bagi meningkatnya pemasaran foodstore. Karena foodstore yang baik harus membuat konsumennya mempunyai persepsi kualitas tentang food store tersebut. Di dalam skripsi yang saya tulis terdapat tiga hal dalam persepsi kualitas yaitu kualitas produk, atmospherics, dan kualitas pelayanan. Dalam skripsi ini saya secara khusus membahas pengaruh kualitas produk terhadap emosi konsumen, pengaruh atmospherics terhadap emosi konsumen, pengaruh kualitas pelayanan terhadap emosi konsumen, pengaruh kualitas produk terhadap intensi perilaku, pengaruh atmospherics terhadap intensi perilaku, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap intensi perilaku. Tempat yang menjadi bahan skripsi saya adalah Pasar Santa karena Pasar Santa merupakan pasar yang menjadi tempat favorit anak muda untuk bercengkrama dengan teman dan menghabiskan waktu. Metode yang saya gunakan adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa dari kualitas produk mempunyai efek positif terhadap intensi perilaku, kualitas pelayanan mempunyai efek positif terhadap intensi perilaku, lingkungan mempunyai efek positif terhadap intensi perilaku.

ABSTRACT

In this era of globalization the quality perception is the most fundamental to increasing marketing foodstore. Because good foodstore should make consumers have the perception of the quality of the food store. The thesis that I wrote there are three things in the perception of quality, namely the quality of the product, atmospherics, and quality of service. In this essay I specifically discuss the influence of product quality on consumer emotions, the influence of atmospherics on consumer emotions, the influence of quality of service to consumers, the influence of the quality of the product to the intention of behavior, the influence of atmospherics to the intention of behavior, and the impact of service quality on behavioral intentions. The method I used is quantitative. The place is the subject of my thesis is Santa Market because Santa Markets is a market that became a favorite place of young people to chat with friends and spend time. Results of the study mentioned that the quality of the product has a positive effect on behavior intention, service quality has a positive effect on behavioral intentions, the environment has a positive effect on behavioral intentions.