

## RINGKASAN

Penelitian ini berjudul Pengaruh Dimensi Fisik Dan Dimensi Sosial terhadap Emosi Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Membangun Minat Berkunjung Kembali (Studi Pada Pelanggan Waroeng Ora Umum Purwokerto). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi hubungan kausalitas antara dimensi fisik dan dimensi sosial terhadap emosi konsumen; emosi konsumen terhadap kepuasan konsumen; dan kepuasan konsumen terhadap minat berkunjung kembali.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Waroeng Ora Umum Purwokerto. Penentuan ukuran sampel menggunakan metode interval taksiran. Metode pengambilan sampel menggunakan metode teknik *convenience sampling*. Penelitian ini dilakukan terhadap 135 responden. Alat analisis menggunakan *Structural Equational Modeling*.

Hasil penelitian menunjukkan dimensi fisik dan dimensi sosial berpengaruh positif terhadap emosi konsumen; emosi konsumen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen; kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

Implikasi penelitian ini yaitu sebagai penelitian empiris, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh Waroeng Ora Umum sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka dengan meningkatkan dimensi fisik, dimensi sosial, emosi konsumen, serta kepuasan konsumen, supaya konsumen ingin berkunjung kembali ke Waroeng Ora Umum. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan sikap konsumen, antara lain: a) Semakin meningkatkan dimensi fisik, dengan terus merubah desain dan layout ruangan. Waroeng Ora Umum bisa memilih tema spesifik untuk desain ruangan seperti tema summer, flower, dan lain-lain. Kemudian Waroeng Ora Umum juga dapat menambah spot foto yang instagramable yang dapat dimanfaatkan konsumen untuk berswafoto; b) Semakin meningkatkan dimensi sosial, dengan cara mengevaluasi dan terus mengingatkan karyawan supaya memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen. Memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melaporkan karyawan yang berperilaku kurang baik terhadap konsumen dengan menyediakan kotak kritik dan saran; c) Menciptakan suasana yang bisa meningkatkan rasa senang atau emosi positif pelanggan seperti menambah fasilitas-fasilitas permainan yang belum ada seperti board game, pingpong, dan lain-lain; d) Berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik dan totalitas bagi pelanggan Waroeng Ora Umum. Upaya yang bisa dilakukan misalnya dengan melakukan promosi dengan memberikan diskon atau voucher makan bagi pelanggan yang mengunjungi Waroeng Ora Umum lebih dari 10 kali. Selain itu Waroeng Ora Umum bisa memberikan kemudahan bagi pelanggan yang tidak ingin datang secara langsung ke Waroeng Ora Umum namun ingin membeli menu bisa difasilitasi dengan delivery order atau bekerjasama dengan jasa Go Food.

Kata kunci : dimensi fisik, dimensi sosial, emosi konsumen, kepuasan konsumen, minat berkunjung kembali

## SUMMARY

*This study entitled *The Effect of Physical Dimensions and Social Dimensions on Consumer Emotions and Their Impacts on Consumer Satisfaction and Building Revisit Intention (Study of Customers of Waroeng Ora Umum Purwokerto)*. The purpose of this study is to explore the causal relationship between physical dimensions and social dimensions of consumer emotions; consumer emotions towards customer satisfaction; and customer satisfaction toward revisit intention.*

*The population in this study were all consumers of Purwokerto Waroeng Ora Umum. Sample size determination uses the estimated interval method. The sampling method uses the convenience sampling technique. This research was conducted on 135 respondents. The analytical tool uses Structural Equational Modeling.*

*The results showed that the physical dimensions and social dimensions have a positive effect on consumer emotions; consumer emotions have a positive effect on customer satisfaction; consumer satisfaction has a positive effect on revisit intention.*

*The implication of this research is that as empirical research, the results of this study can be utilized by Waroeng Ora General as a consideration to improve their marketing strategies by increasing physical dimensions, social dimensions, consumer emotions, and customer satisfaction, so consumers want to return to General Waroeng Ora. There are several ways that companies can do to improve consumer attitudes, including: a) Increasing the physical dimension, by continuing to change the design and layout of the room. General Waroeng Ora can choose specific themes for room design such as summer, flower, and so on. Then the General Ora Waroeng can also add instagramable photo spots that can be used by photographers; b) Increasingly improving the social dimension, by evaluating and continuously reminding employees to provide the best service for consumers. Providing opportunities for consumers to report employees who behave poorly towards consumers by providing a box of criticism and suggestions; c) Creating an atmosphere that can increase the feeling of happiness or positive emotions of the customer, such as adding to existing game facilities such as board games, ping pong, etc .; d) Trying to increase customer satisfaction by providing the best service and totality for customers of General Waroeng Ora. Efforts can be made, for example, by promoting a discount or meal voucher for customers who visit the General Ora Waroeng more than 10 times. In addition, General Waroeng Ora can provide convenience for customers who do not want to come directly to the General Ora Waroeng but want to buy a menu can be facilitated by a delivery order or in collaboration with Go Food services.*

*Keywords: physical diminesion, social dimensions, consumer emotions, customer satisfaction, revisit intention.*