

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY,
ATMOSPHERE, AND CUSTOMERS' REVISIT
INTENTIONS OF OPENAIRE RESTO AND BAR**

**A Thesis Presented as a Partial Fulfillment for the Requirements for the
Degree of *Sarjana Sastra* in the English Study Program**



By

Kelvin

17.J2.0013

ENGLISH STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS

SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY

SEMARANG

2024

ABSTRACT

This quantitative study is to investigate whether there is a relationship between service quality, atmosphere of openaire resto and bar and customers' revisit intentions. To get the data, the writer used a questionnaire adopted from Muslihah (2018) which was distributed to 40 customers who visited the openaire restaurant market and bar. The data got is processed using SPSS to know the mean of each item and to know the whether there is an impact of service quality, atmosphere and customers' revisit intention. The result of this study shows that the service quality and atmosphere can impact the customers' revisit intention. There is a positive correlation between quality of service, atmosphere and revisit intention as the pearson correlation coefficient is 0.840.



ABSTRAK

Studi kuantitatif ini bertujuan untuk menyelidiki apakah ada hubungan antara kualitas layanan, suasana openaire resto dan bar dan niat pelanggan untuk kembali. Untuk mendapatkan data, penulis menggunakan kuesioner yang diterima dari Muslihah (2018) yang didistribusikan kepada 40 pelanggan yang mengunjungi pasar restoran dan bar openaire. Data yang diperoleh diproses menggunakan SPSS untuk mengetahui rata-rata setiap item dan untuk mengetahui apakah ada dampak dari kualitas layanan, suasana dan niat pelanggan untuk kembali. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, atmosfer dapat mempengaruhi pelanggan kembali berkunjung. Ada korelasi positif antara kualitas layanan, atmosfer dan revisit intention karena koefisien korelasi Pearson adalah 0,840.

