

**HARGA, AMBIENCE, DAN WORD OF MOUTH SEBAGAI DETERMINAN  
MINAT KUNJUNG KONSUMEN DI ICHIBAN SUSHI KALIBATA CITY  
SQUARE**

**TUGAS AKHIR**

**Muhammad Rofiq Amirzain**

**223404516018**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2026**

**HARGA, *AMBIENCE*, DAN *WORD OF MOUTH* SEBAGAI DETERMINAN  
MINAT KUNJUNG KONSUMEN DI ICHIBAN SUSHI KALIBATA CITY  
SQUARE**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Oleh:**

**Muhammad Rofiq Amirzain**

**223404516018**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2026**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**HARGA, AMBIENCE, DAN WORD OF MOUTH SEBAGAI DETERMINAN  
MINAT KUNJUNG KONSUMEN DI ICHIBAN SUSHI KALIBATA CITY  
SQUARE**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat di periksa kebenarannya.

Jakarta, 13 Februari ..... 2026



Muhammad Rofiq Amirzain

NPM: 223404516018

## LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Tugas Akhir** : Harga, Ambience, Dan Word Of Mouth Sebagai  
Determinan Minat Kunjung Konsumen Di Ichiban  
Sushi Kalibata City Square

**Nama Mahasiswa** : Muhammad Rofiq Amirzain

**Nomor Pokok** : 223404516018

**Program Studi** : Pariwisata



**Jakarta, 09 Februari 2026**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Tugas Akhir** : HARGA, AMBIENCE, DAN WORD OF MOUTH SEBAGAI DETERMINAN MINAT KUNJUNG KONSUMEN DI ICHIBAN SUSHI KALIBATA CITY SQUARE

**Nama Mahasiswa** : MUHAMMAD ROFIQ AMIRZAIN  
**Nomor Pokok** : 223404516018  
**Program Studi** : PARIWISATA

Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

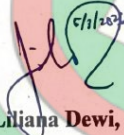
Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir



(Anisa Putri Kusumaningrum, SST.Par., M.M.)

Ketua Penguji,

Anggota Penguji,



(Liliana Dewi, S.S., M.M.Par.)



(Ulfi Maranisya, SST.Par., M.Par.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 09 Februari 2026

Tanggal Lulus:

## ABSTRAK

### **Pengaruh Harga, *Ambience*, dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Kunjung Konsumen di Ichiban Sushi Kalibata City Square**

Oleh:

Muhammad Rofiq Amirzain

223404516018

Tugas Akhir di bawah bimbingan Anisa Putri Kusumaningrum, S.ST.Par., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, *ambience*, dan *word of mouth* terhadap minat kunjung konsumen di Ichiban Sushi Kalibata City Square. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan *ambience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung konsumen di Ichiban Sushi Kalibata City Square. Sebaliknya, variabel *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung konsumen. Dari seluruh variabel yang diteliti, *word of mouth* menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat kunjung konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi serta pengalaman konsumen yang dibagikan kepada orang lain memiliki peran penting dalam mendorong minat kunjung dibandingkan faktor harga dan suasana restoran.

**Kata Kunci:** harga, *ambience*, *word of mouth*, minat kunjung, Ichiban Sushi Kalibata City Square.

## ABSTRACT

### **The Influence of Price, Ambience, and Word of Mouth on Consumers' Visiting Intention at Ichiban Sushi Kalibata City Square**

By:

*Muhammad Rofiq Amirzain*

223404516018

*Final Project under the supervision of of Anisa Putri Kusumaningrum, S.ST.Par., M.M.*

*This study aims to analyze the influence of price, ambience, and word of mouth on consumers' visiting intention at Ichiban Sushi Kalibata City Square. This research employs a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to 100 respondents. The sample size was determined using the Slovin formula with a purposive sampling technique. Data were measured using a Likert scale and analyzed using the Partial Least Square (PLS) method. The results indicate that price and ambience do not have a positive and significant effect on consumers' visiting intention at Ichiban Sushi Kalibata City Square. In contrast, word of mouth has a positive and significant influence on consumers' visiting intention. Among all the variables examined, word of mouth is the most dominant factor affecting consumers' visiting intention. This finding suggests that recommendations and shared consumer experiences play a more important role in encouraging visiting intention than price and restaurant ambience.*

*Keywords: price, ambience, word of mouth, visiting intention, Ichiban Sushi Kalibata City Square.*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul “HARGA, *AMBIENCE*, DAN *WORD OF MOUTH* SEBAGAI DETERMINAN MINAT KUNJUNG KONSUMEN DI ICHIBAN SUSHI KALIBATA CITY SQUARE.” Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir dan memperoleh gelar Sarjana 1 (S1) pada Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional. Proses penyusunan proposal ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Allah SWT, atas rahmat, kesehatan, dan kekuatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugass akhir ini dengan baik dan lancar.

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par selaku Ketua Program Studi Pariwisata Universitas Nasional, atas dukungan dan arahannya selama masa studi.

5. Miss Anisa Putri Kusumaningrum, SST.Par., M.M., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Miss Liliana Dewi, S.S., M.M.Par selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta, Babeh Amiruddin dan Mama Sa'diyah Sri Suwartini, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan moral dan material tanpa henti, sehingga penulis dapat terus semangat dalam menyelesaikan perkuliahan
8. Seluruh dosen Program Studi Pariwisata Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga.
9. Rekan penulis mulai dari menjadi mahasiswa baru hingga saat ini: Akbar Tegar Pratama, Mahesa Akbar Ibrahim, Hasyim Assegaf, Fahri Syifa Nuruladiansyah, Salman Arif Abdurrahman, Aditya Erlangga, Ragil Ryadi, Hafidz Ramadhan, Josafad Azriel yang telah memberikan canda tawa, kebersamaan dan dukungan yang telah kita jalani selama ini, serta momen-momen berharga yang membuat perjalanan kuliah ini menjadi lebih menyenangkan.
10. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Pariwisata angkatan 2022, atas kebersamaan, semangat, dan dukungan yang selalu mengiringi setiap langkah dalam menempuh studi.
11. Syahla Carissa Liani, S.Par selaku kekasih penulis yang dengan sabar telah menemani, membantu, memberikan semangat, motivasi, dan arahan selama proses penyusunan tugas akhir.
12. Muhammad Rofiq Amirzain karena telah berjuang dan tidak menyerah meskipun banyak rintangan dan tantangan yang menerjang selama penulisan serta membawa sampai ke titik ini untuk mengejar mimpi di masa depan,

Jakarta, 30 Oktober 2025

Penulis

Muhammad Rofiq Amirzain

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitiian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Teori Yang Berkaitan dengan Variabel Penelitian .....	7
1. Pariwisata .....	7
2. Restoran.....	9
3. Harga .....	12
4. <i>Ambience</i> .....	17
5. <i>Word of mouth</i> .....	21
6. Minat Kunjung Konsumen .....	25
B. Keterkaitan Antar Variabel.....	29
1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Kunjung Konsumen.....	29
2. Pengaruh <i>Ambience</i> Terhadap Minat Kunjung Konsumen.....	29
3. Pengaruh <i>Word of mouth</i> Terhadap Minat Kunjung Konsumen.....	30
C. Hasil Penelitian Yang Relevan .....	31
D. Kerangka Analisis.....	35

E. Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Objek Penelitian .....	37
B. Rencana dan Tahapan Penelitian .....	38
C. Data Penelitian.....	38
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	41
E. Definisi Operasional Variabel .....	42
F. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Deskripsi Penelitian.....	51
2. Sejarah Tempat Penelitian .....	51
3. Karakteristik Responden .....	52
B. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	60
1. Statistik Deskriptif.....	60
2. Uji Outer Model .....	69
3. Uji Inner Model.....	76
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Minat Kunjung (Y).....	80
2. Pengaruh Ambience (X2) terhadap Minat Kunjung (Y) .....	81
3. Pengaruh Word Of Mouth (X3) terhadap Minat Kunjung (Y).....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir .....	35
Gambar 2 Logo Ichiban Sushi.....	52
Gambar 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Gambar 5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Gambar 6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Gambar 7 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Range Pendapatan ...	59
Gambar 8 Grafik Outer Model.....	70
Gambar 9 Grafik Inner Model.....	76



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Banyak Konsumen 2024 .....	3
Tabel 2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3 Rencana dan Tahapan Penelitian .....	38
Tabel 4 Skala Likert untuk Kuesioner .....	42
Tabel 5 Definisi Operasional Variabel .....	42
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Range Pendapatan .....	57
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	59
Tabel 11 Statistik Deskriptif .....	61
Tabel 12 Analisis Deskriptif Harga (X1) .....	63
Tabel 13 Analisis Deskriptif Ambience (X2) .....	65
Tabel 14 Analisis Deskriptif Word of Mouth (X3) .....	66
Tabel 15 Analisis Deskriptif Minat Kunjung (Y) .....	67
Tabel 16 Outer Loading .....	71
Tabel 17 Cross Loading .....	73
Tabel 18 Hasil Average Variance Extracted (AVE) .....	74
Tabel 19 Composite Reliability .....	75
Tabel 20 Hasil R-square .....	77
Tabel 21 Penilaian Goodnes of Fit Model .....	77
Tabel 22 Hasil Pengujian Hipotesis .....	78