

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah meneliti pengaruh antara perilaku mencari variasi, keterlibatan pelanggan, pengalaman pelanggan, komunikasi dari mulut ke mulut, dan niat untuk beralih pada restoran casual dining di Jakarta yang dianalisa menggunakan perspektif logika dominan layanan. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode penelitian survei dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan 27 indikator pertanyaan. Penelitian dianalisis dengan 306 sampel yang berdomisili di Jabodetabek dengan aplikasi AMOS.

Hasil analisis penelitian yang didapatkan adalah perilaku mencari variasi memiliki pengaruh terhadap keterlibatan pelanggan, perilaku mencari variasi tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk beralih, keterlibatan pelanggan memiliki pengaruh terhadap komunikasi dari mulut ke mulut, keterlibatan pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk beralih, keterlibatan pelanggan memiliki pengaruh terhadap pengalaman pelanggan, pengalaman pelanggan memiliki pengaruh terhadap komunikasi dari mulut ke mulut, komunikasi dari mulut ke mulut tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk beralih, dan pengalaman pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk beralih.

Kata Kunci : Keterlibatan Pelanggan, Perilaku Mencari Variasi, Niat untuk Beralih, Restoran Casual Dining, Perspektif Logika Dominan Layanan

## **Abstract**

*The purpose of this research is to study the influence of variety seeking, customer involvement, experience, word of mouth, and switching intentions in casual dining restaurants located in Jakarta which are analyzed using the dominant service logic gems. This quantitative research uses a survey research method by distributing questionnaires online with 27 indicating questions. The research was analyzed with 306 samples who live in Jabodetabek using the AMOS application.*

*The results of the research analysis obtained are that the behavior of variety seeking has an influence on customer engagement, the behavior of variety seeking has no effect on intention to switch, customer involvement has an influence on word of mouth communication, customer involvement has no effect on intention to switch, customer involvement has influence on customer experience, customer experience has an influence on word of mouth communication, word of mouth communication has no effect on intention to switch, and customer experience has no effect on intention to switch.*

*Keywords: Customer Engagement, Variety-Seeking, Switching Intention, Casual Dining Restaurant, Service Dominant Logic Perspective*