

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, serta penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini. Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku kepala program studi manajemen dan pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya, serta selalu memberikan informasi penting, menasehati kami para mahasiswa dengan sabar.

3. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, B.Sc., M.M. selaku dosen penguji pertama dan dosen PA yang menyenangkan para mahasiswa dan juga sabar serta selalu memberikan masukan dan arahan baru selama berkuliah di UPH Surabaya.
4. Priskilla E.E. Napitupulu, S.Sos, M.M., CSMA, CHCSA. , selaku dosen penguji kedua yang ikut serta dalam memberikan masukan dan arahan agar tugas akhir ini menjadi lebih baik.
5. Keluarga saya papa, mama, kakak yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini, dan juga tidak lupa kepada kedua anjing saya yang selalu menemani dan menghibur saya ketika stress mengerjakan skripsi ini.
6. Teman dekat saya dari UPH, Yemeng (Yemima), Lele (Averia), Yayuk (Indah) yang telah bersama-sama berjuang dalam melewati masa-masa kuliah dari awal hingga akhir dalam hal menganggur, bermain, dan bingung mengerjakan tugas kuliah dan penelitian ini dengan waktu yang mepet terutama di saat pandemi ini dan selalu saling menyemangati walaupun sering mengeluh. Dan khusus nya Risa (Maria) yang selalu ada dan memberikan semangat, menjadi teman bicara *random* setiap hari dan bingung bersama.
7. Teman dekat SMA saya Debora, Bani, Bendot, Gina, Madu yang juga memberi semangat tetapi lebih sering menghasut untuk pergi main di saat saya sedang sibuk skripsi, tetapi saya mengerti niat mereka baik agar saya tidak tertekan.

8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penelitiann ini.
9. *Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and tryna give more than i receive, i wanna thank me for tryna do more right than wrong, i wanna thank me for just being me at all times.*

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Keluarga, dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 25 Agustus 2021

Margareta Sheila Octarini

## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL .....   | i         |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....                  | iii       |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....                       | iv        |
| ABSTRAK .....   | iv        |
| ABSTRACT.....   | vii       |
| KATA PENGANTAR.....   | viii      |
| DAFTAR ISI .....  | x         |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xivv      |
| DAFTAR TABEL .....  | xv        |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | xvii      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                  | <b>1</b>  |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                                 | <b>1</b>  |
| <b>1.2 Batasan Masalah .....</b>                                | <b>13</b> |
| <b>1.3 Rumusan Masalah.....</b>                                 | <b>13</b> |
| <b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>                              | <b>15</b> |
| <b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>                             | <b>16</b> |
| <b>1.5.1 Manfaat Teoritis .....</b>                             | <b>16</b> |
| <b>1.5.2 Manfaat Praktis .....</b>                              | <b>16</b> |
| <b>1.6 Sistematika Penulisan .....</b>                          | <b>17</b> |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b> | <b>18</b> |
| <b>2.1 Landasan Teori.....</b>                                  | <b>18</b> |
| <b>2.1.1 Customer Loyalty .....</b>                             | <b>18</b> |
| <b>2.1.2 Positive Emotions .....</b>                            | <b>20</b> |
| <b>2.1.3 Negative Emotions .....</b>                            | <b>21</b> |
| <b>2.1.4 Food Quality .....</b>                                 | <b>23</b> |
| <b>2.1.5 Service Quality .....</b>                              | <b>24</b> |
| <b>2.1.6 Atmospherics .....</b>                                 | <b>26</b> |
| <b>2.1.7 Others Customer .....</b>                              | <b>27</b> |
| <b>2.2 Penelitian Terdahulu.....</b>                            | <b>29</b> |
| <b>2.3 Pengembangan Hipotesis .....</b>                         | <b>31</b> |

|   |  |    |
|---|--|----|
| 2.3.1                                       | Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Positive Emotions</i> .....     | 31 |
| 2.3.2                                       | Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Negative Emotions</i> .....     | 32 |
| 2.3.3                                       | Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Positive Emotions</i> .....  | 32 |
| 2.3.4                                       | Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Negative Emotions</i> .....  | 33 |
| 2.3.5                                       | Pengaruh <i>Atmospherics</i> terhadap <i>Positive Emotions</i> .....     | 33 |
| 2.3.6                                       | Pengaruh <i>Atmospherics</i> terhadap <i>Negative Emotions</i> .....     | 34 |
| 2.3.7                                       | Pengaruh <i>Others Customer</i> terhadap <i>Positive Emotions</i> .....  | 34 |
| 2.3.8                                       | Pengaruh <i>Others Customer</i> terhadap <i>Negative Emotions</i> .....  | 35 |
| 2.3.9                                       | Pengaruh <i>Positive Emotions</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..... | 35 |
| 2.3.10                                      | Pengaruh <i>Negative Emotions</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..... | 36 |
| 2.4   | Model Penelitian .....   | 36 |
| 2.5   | Bagan Alur Berpikir .....  | 37 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....      |  | 40 |
| 3.1   | Jenis Penelitian dan Jenis Data .....                                    | 40 |
| 3.1.1                                       | Jenis penelitian .....   | 40 |
| 3.1.2                                       | Jenis Data .....   | 41 |
| 3.2   | Populasi dan Sampel .....  | 42 |
| 3.2.1                                       | Populasi .....   | 42 |
| 3.2.2                                       | Sampel .....   | 42 |
| 3.2.3                                       | Metode Pengumpulan Data .....  | 44 |
| 3.3   | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....                       | 48 |
| 3.4   | Metode Analisis dan Data .....   | 50 |
| 3.4.1                                       | Pengolahan Data .....  | 50 |
| 3.4.2                                       | Pengujian Hasil .....  | 51 |
| 3.4.3                                       | Uji Reliabilitas .....   | 65 |
| <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> ..... |  | 67 |
| 4.1   | Gambaran Umum Marugame Udon .....  | 67 |
| 4.2   | Analisis Data .....  | 68 |
| 4.2.1                                       | Statistik Deskriptif .....   | 68 |
| 4.2.1.1                                     | Karakteristik Responden .....  | 68 |
| 4.2.1.2                                     | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....                           | 69 |
| 4.2.1.3                                     | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                  | 70 |
| 4.2.1.4                                     | Tanggapan Responden .....  | 71 |

|              |  |       |
|--------------|--|-------|
| 4.2.2        | <b>Analisis Deskriptif Variabel</b> .....                                | 82    |
| 4.2.2.1      | <b>Penjelasan Responden Terhadap Food Quality</b> .....                  | 82    |
| 4.2.3        | <b>Hasil Pengujian Kualitas Data</b> .....                               | 911   |
| 4.2.3.1      | <b>Evaluasi Normalitas Data</b> .....                                    | 933   |
| 4.2.3.2      | <b>Evaluasi Outliers</b> .....   | 95    |
| 4.2.3.3      | <b>Evaluasi Multicollinearity dan Singularity</b> .....                  | 98    |
| 4.2.3.4      | <b>Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)</b> ..... | 988   |
| 4.2.3.5      | <b>Analisis Full Structural Equation Modeling</b> .....                  | 1022  |
| 4.2.3.6      | <b>Uji Reliability</b> .....   | 1066  |
| 4.2.4        | <b>Hasil Pengujian Hipotesis</b> .....                                   | 1077  |
| 4.2.4.1      | <b>Pengujian Hipotesis (H1)</b> .....                                    | 1088  |
| 4.2.4.2      | <b>Pengujian Hipotesis (H2)</b> .....                                    | 10909 |
| 4.2.4.3      | <b>Pengujian Hipotesis 3 (H3)</b> .....                                  | 10909 |
| 4.2.4.4      | <b>Pengujian Hipotesis 4 (H4)</b> .....                                  | 11010 |
| 4.2.4.5      | <b>Pengujian Hipotesis 5 (H5)</b> .....                                  | 111   |
| 4.2.4.6      | <b>Pengujian Hipotesis 6 (H6)</b> .....                                  | 1111  |
| 4.2.4.7      | <b>Pengujian Hipotesis 7 (H7)</b> .....                                  | 112   |
| 4.2.4.8      | <b>Pengujian Hipotesis 8 (H8)</b> .....                                  | 1122  |
| 4.2.4.9      | <b>Pengujian Hipotesis 9 (H9)</b> .....                                  | 113   |
| 4.2.4.10     | <b>Pengujian Hipotesis 10 (H10)</b> .....                                | 114   |
| 4.3          | <b>Pembahasan</b> .....  | 1144  |
| <b>BAB V</b> | <b>KESIMPULAN</b> .....  | 134   |
| 5.1          | <b>Simpulan</b> .....  | 134   |
| 5.1.1        | <b>Simpulan Atas Hipotesis</b> .....                                     | 135   |
| 5.1.1.1      | <b>Pengaruh Food Quality Terhadap Positive Emotions</b> .....            | 135   |
| 5.1.1.2      | <b>Pengaruh Food Quality Terhadap Negative Emotions</b> .....            | 135   |
| 5.1.1.3      | <b>Pengaruh Service Quality Terhadap Positive Emotions</b> .....         | 136   |
| 5.1.1.4      | <b>Pengaruh Service Quality Terhadap Negative Emotions</b> .....         | 1377  |
| 5.1.1.5      | <b>Pengaruh Atmospherics Terhadap Positive Emotions</b> .....            | 137   |
| 5.1.1.6      | <b>Pengaruh Atmospherics Terhadap Negative Emotions</b> .....            | 138   |
| 5.1.1.7      | <b>Pengaruh Others Customer Terhadap Positive Emotions</b> .....         | 1399  |
| 5.1.1.8      | <b>Pengaruh Others Customer Terhadap Negative Emotions</b> .....         | 139   |
| 5.1.1.9      | <b>Pengaruh Positive Emotions Terhadap Customer Loyalty</b> .....        | 140   |

|   |      |
|---|------|
| 5.1.1.10 Pengaruh Negative Emotions Terhadap Customer Loyalty ..... | 1411 |
| 5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....                        | 1422 |
| 5.2 Implikasi .....   | 143  |
| 5.2.1 Implikasi Teoritis .....                                      | 143  |
| 5.2.2 Implikasi Manajerial.....                                     | 145  |
| 5.3 Rekomendasi.....  | 154  |
| DAFTAR PUSTAKA.....   | 156  |
| LAMPIRAN .....  | 163  |



## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 1.1 Logo Marugame Udon Terbaru.....   | 4   |
| Gambar 1.2 konsep open kitchen Marugame Udon.....  | 5   |
| Gambar 1.3 customer loyalty restoran Marugame Udon di Surabaya .....   | 6   |
| Gambar 1.4 pelanggan dengan perasaan senang di restoran Marugame Udon Surabaya.....                            | 7   |
| Gambar 1.5 penilaian negatif restoran Marugame Udon Surabaya .....   | 8   |
| Gambar 1.6 food quality restoran Marugame Udon di Surabaya .....   | 9   |
| Gambar 1.7 open kitchen restoran Marugame Udon di Surabaya .....   | 9   |
| Gambar 1.8 ulasan pengalaman konsumen restoran Marugame Udon.....  | 10  |
| Gambar 1.9 desain interior restoran Marugame Udon Surabaya.....  | 11  |
| Gambar 1.10 desain interior restoran Marugame Udon Surabaya.....   | 11  |
| Gambar 1.11 antrian pelanggan restoran Marugame Udon Surabaya .....  | 12  |
| Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu .....  | 29  |
| Gambar 2.2 Model Penelitian .....  | 36  |
| Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis .....  | 56  |
| Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....   | 69  |
| Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....  | 70  |
| Gambar 4.3 <i>Confirmatory Analysis Food Quality, Service Quality, Atmospherics, and Others Customer</i> ..... | 99  |
| Gambar 4.4 <i>Confirmatory Analysis Positive Emotions, Negative Emotions, and Customer Loyalty</i> .....       | 101 |
| Gambar 4.5 <i>Full Structural Model</i> .....  | 103 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 lima restoran dengan menu mi ala Jepang sebagai menu utama di Surabaya.....    | 4  |
| Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner .....  | 46 |
| Tabel 3.1 Lanjutan Desain Inti Kuisisioner .....   | 47 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....   | 48 |
| Tabel 3.2 Lanjutan Definisi Operasional Variabel .....                                   | 49 |
| Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....   | 54 |
| Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....  | 56 |
| Tabel 3.5 Hasil Konversi Ke Dalam Persamaan Model Pengukuran .....                       | 58 |
| Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> )...64  |    |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....  | 69 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                       | 70 |
| Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....   | 71 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food Quality</i> .....                         | 72 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....                      | 73 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmospherics</i> .....                         | 75 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Others Customer</i> .....                      | 77 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Positive Emotions</i> .....                    | 78 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Negative Emotions</i> .....                    | 80 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....                    | 81 |
| Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Food Quality</i> .....      | 83 |
| Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i> ....    | 84 |
| Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Atmospherics</i> .....      | 85 |
| Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Others Customer</i> ..      | 86 |
| Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Positive Emotions</i> ..    | 88 |
| Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Negative Emotions</i> ..... | 89 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.17 Distribusi Jawab Responden Terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....   | 90  |
| Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit Index</i> .....   | 93  |
| Tabel 4.19 Uji Normalitas Data.....   | 94  |
| Tabel 4.20 Statistik Deskriptif <i>Z-score</i> .....  | 96  |
| Tabel 4.21 <i>Mahalanobis Distance</i> .....  | 98  |
| Tabel 4.22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Food Quality, Service Quality, Atmospherics, dan Others Customeri</i> ..... | 100 |
| Tabel 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Loading <i>Positive Emotions, Negative Emotions, dan Customer Loyalty</i> .....               | 103 |
| Tabel 4.24 Index Pengujian Kelayakan.....   | 104 |
| Tabel 4.25 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> .....   | 105 |
| Tabel 4.26 Uji Reliability.....   | 107 |
| Tabel 4.27 Hasil Hipotesis.....   | 108 |
| Tabel 4.28 Indikator Variabel <i>Food Quality</i> .....   | 124 |
| Tabel 4.29 Indikator Variabel <i>Service Quality</i> .....  | 126 |
| Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Atmospherics</i> .....   | 127 |
| Tabel 4.31 Indikator Variabel <i>Others Customer</i> .....  | 128 |
| Tabel 4.32 Indikator Variabel <i>Positive Emotions</i> .....  | 129 |
| Tabel 4.33 Indikator Variabel <i>Negative Emotions</i> .....  | 131 |
| Tabel 4.34 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....   | 132 |
| Tabel 5.1 Implikasi Teori.....  | 143 |
| Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....   | 150 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| LAMPIRAN A: KUISIONER.....   | 162 |
| LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUISIONER.....                             | 167 |
| LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....                      | 178 |
| LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATIONS MODEL<br>(SEM)..... | 189 |
| LAMPIRAN E: HASIL TURNITIN.....                                      | 255 |

