

## 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 persyarata akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dalam bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan 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* serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M, CSMA sebagai Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

3. Ibu Dr. Amelia, S.E. RFP-I, M.M, CSMA., selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu, membimbing, serta memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal hingga selesai.
4. Ibu Dr.Yolanda Soediby, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan-masukan, serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.
5. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M., selaku dosen penguji pertama yang memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini
6. Papa dan mama yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat , dan dukungan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

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

Surabaya, 13 September 2020



Kevin Julian Kimade

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	14
1.3 Rumusan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.5.2 Manfaat Praktis .....	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Behavioral Intentions .....	21
2.1.2 Positive Emotion .....	21
2.1.3 Perceived Value .....	22
2.1.4 Service Quality .....	23
2.1.5 Food Quality .....	24
2.1.6 Atmospherics .....	25
2.1.7 Authenticity (Food).....	27
2.1.8 Authenticity (Atmospherics).....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	30
2.3.1 Pengaruh Service Quality terhadap Positive Emotions.....	30
2.3.2 Pengaruh Service Quality terhadap Perceived Value.....	30

2.3.3	Pengaruh Food Quality terhadap Positive Emotions .....	31
2.3.4	Pengaruh Food Quality terhadap Perceived Value .....	32
2.3.5	Pengaruh Atmospherics terhadap Positive Emotions .....	32
2.3.6	Pengaruh Atmospherics terhadap Perceived Value .....	33
2.3.7	Pengaruh Authenticity of Food terhadap Positive Emotions .....	33
2.3.8	Pengaruh Authenticity of Food terhadap Perceived Value .....	33
2.3.9	Pengaruh Authenticity of Atmospherics terhadap Positive Emotions 34	
2.3.10	Pengaruh Authenticity of Atmospherics terhadap Perceived Value	34
2.3.11	Pengaruh Positive Emotions terhadap Behavioral Intentions .....	35
2.3.12	Pengaruh Perceived Value terhadap Behavioral Intentions .....	35
2.4	Model Penelitian.....	36
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>40</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	40
3.1.1	Jenis Penelitian.....	40
3.1.2	Jenis Data .....	40
3.2	Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel.....	42
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	43
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	47
3.5	Metode Analisis Data .....	49
3.5.1	Pengolahan Data.....	49
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	49
3.5.2.1	Uji Validitas .....	50
3.5.2.2	Uji Realibilitas .....	51
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.3	Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression) .....	54
3.5.4	Koefisien Korelasi (R) .....	56
3.5.5	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	57
3.5.6	Uji F .....	57
3.5.7	Uji T .....	58

<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Umum Sushi Tei .....	59
4.2 Analisis Data .....	61
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	61
4.2.2 Analisa Deskriptif Variabel.....	75
4.2.3 Uji Validitas .....	87
4.2.4 Uji Reliability.....	89
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	89
4.3 Metode Analisis Statistik.....	97
4.3.1 Analisis Regresi .....	97
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	104
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	104
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	106
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	106
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	107
4.5 Pembahasan .....	111
<b>BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>142</b>
5.1 Simpulan.....	142
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	143
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	152
5.2 Implikasi .....	154
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	154
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	156
5.3 Rekomendasi .....	166
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>168</b>

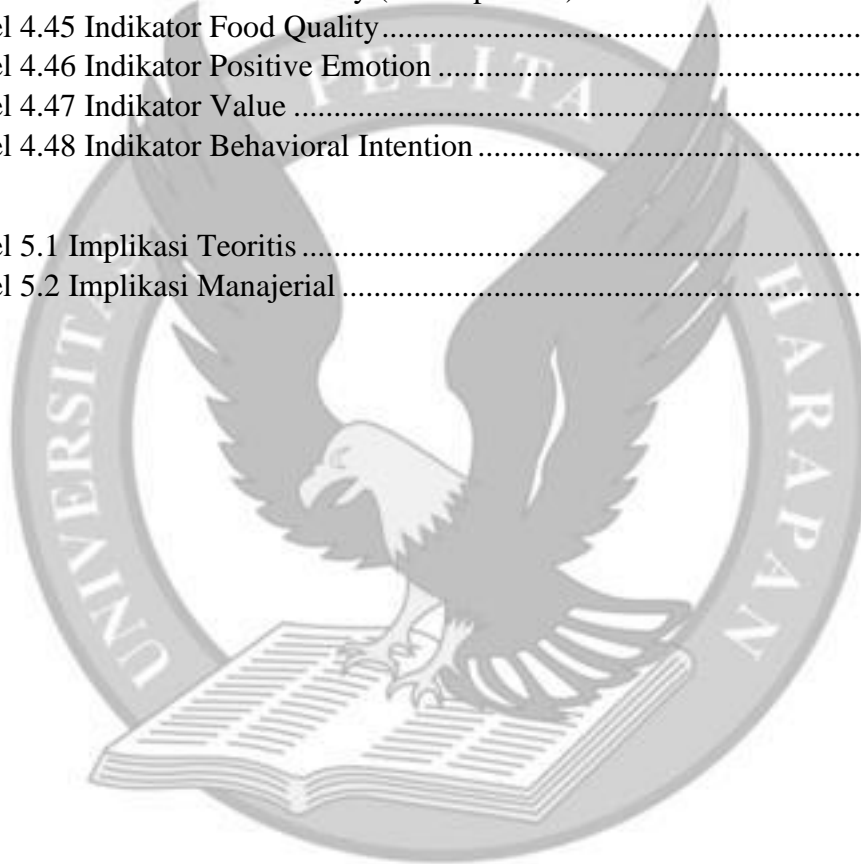
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Sushi Tei .....	4
Gambar 1.2 Menu Sushi Tei .....	5
Gambar 1.3 Sushi Tei mendapat penghargaan Adikarya dan Best Restaurant Jepang terbaik.....	8
Gambar 1.4 Sushi Tei Spring Breeze Promotion .....	9
Gambar 1.5 Contoh Sushi Musim Semi di Sushi Tei .....	10
Gambar 1.6 Staff Sushi Tei.....	11
Gambar 1.7 Open Kitchen Sushi Tei .....	11
Gambar 1.8 Desain/interior Sushi Tei.....	12
Gambar 1.9 Authenticity Atmospherics Sushi Tei .....	13
Gambar 1.10 Authenticity Food Sushi Tei .....	14
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	36
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir .....	39
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas Positive Emotion .....	90
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas Value S.....	91
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas Behavioral Intentions .....	92
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Positive Emotion .....	94
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Value.....	94
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Behavioral Intentions.....	95
Gambar 4.9 Hasil Penelitian .....	111

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Restaurant Jepang di Indonesia.....	6
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	45
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	65
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Service Quality .....	65
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Food Quality .....	66
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Atmospherics .....	68
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Authenticity (Food) .....	69
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Authenticity (Atmospherics) .....	70
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Positive Emotion.....	71
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Value.....	72
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Behavioral Intentions.....	74
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Service Quality....	75
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Food Quality.....	76
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Atmospherics.....	77
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Authenticity (Food) .....	80
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Authenticity (Atmospherics).....	81
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Positive Emotion .	83
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Value .....	85
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Behavioral Intentions.....	86
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Service Quality.....	87
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Food Quality .....	87
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Atmospherics .....	87
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Authenticity (Food).....	88
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Authenticity (Atmospherics).....	88
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Positive Emotion.....	88
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Value .....	88
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Behavioral Intentions .....	88
Tabel 4.28 Uji Reliabilitas .....	89
Tabel 4.29 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) .....	90
Tabel 4.30 Nilai Tolerance dan VIF .....	92
Tabel 4.31 Spearman Test Correlation.....	95
Tabel 4.32 Hasil Uji Linearitas .....	96

Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Berganda (PE,VA*BI) .....	97
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ,FQ,AT,AUF,AUA*PE).....	99
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ,FQ,AT,AUF,AUA*VA).....	101
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) .....	105
Tabel 4.37 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R^2$ ) .....	105
Tabel 4.38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 ( $R^2$ ) .....	105
Tabel 4.39 Hasil Uji F.....	106
Tabel 4. 40 Hasil Uji T.....	108
Tabel 4.41 Indikator Authenticity (Food) .....	122
Tabel 4.42 Indikator Atmospheric.....	124
Tabel 4.43 Indikator Service Quality .....	129
Tabel 4.44 Indikator Authenticity (Atmospherics) .....	131
Tabel 4.45 Indikator Food Quality .....	133
Tabel 4.46 Indikator Positive Emotion .....	135
Tabel 4.47 Indikator Value .....	138
Tabel 4.48 Indikator Behavioral Intention .....	139
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	154
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	162





## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A .....	A-1
LAMPIRAN B .....	B-1
LAMPIRAN C .....	C-1

