

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis ingin memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas hikmat dan kesehatan yang Ia berikan dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik untuk mencapai gelar studi Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran serta segala bentuk pengarahan diri dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Berikutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung proses pengerjaan tugas akhir ini dari awal penelitian hingga selesai. 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-1, M.M., CSMA, CDM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu, membimbing saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

3. Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-1, M.M., CSMA, CDM selaku dosen pembimbing yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta

memberikan dorongan keada penulis dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal hingga selesai.

4. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan-masukan, sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini

5. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M. selaku Penasehat Akademik yang membantu saya sepanjang perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

6. Marcus Ardiwinata selaku papa saya dan Marcello Malvin selaku kakak saya yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan, dan membantu dalam hal finansial sehingga penelitian tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

7. Anastasia Christina, Renata Raissa, Nissi Abraham selaku sahabat terdekat saya yang senantiasa mendukung, memberikan semangat, dan mendengar keluh kesah saya selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

8. Fernanda Sri Bagus Satria, Luviana Suheru, Rachelia Stin selaku sahabat saya yang selalu mendukung, memberi semangat, dan siap sedia ketika diajak berdiskusi bersama dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

9. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook dari BTS yang telah memberi inspirasi dalam tugas akhir ini dan juga dalam hidup saya serta mengajarkan saya untuk mencintai diri.

10. Choi Soobin, Choi Yeonjun, Choi Beomgyu, Kang Taehyun, dan Huening Kai dari Tomorrow X Together, yang memberi motivasi bagi saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

11. 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 Yesus Kristus berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman semua. 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 guna penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya 20 September 2022



Marcella Mitzy

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	15
1.3. Rumusan Masalah .....	16
1.4. Tujuan Penelitian .....	18
1.5. Manfaat Penelitian .....	19

1.5.1. Manfaat Teoritis .....	20
1.5.2. Manfaat Praktis .....	20
1.6. Sistematika Penulisan.....	21
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>22</b>
2.1. Landasan Teori.....	22
2.1.1. <i>Behavioral Intentions</i> .....	22
2.1.2. <i>Perceived Value</i> .....	24
2.1.3. <i>Positive Emotion</i> .....	26
2.1.4. <i>Authenticity</i> .....	27
2.1.4.1. <i>Food Authenticity</i> .....	28
2.1.4.2. <i>Atmospheric Authenticity</i> .....	29
2.1.5. <i>Atmospherics</i> .....	30
2.1.6. <i>Food Quality</i> .....	32
2.1.7. <i>Service Quality</i> .....	33
2.2. Penelitian Terdahulu .....	34
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	37
2.3.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> teradap <i>Positive Emotion</i> .....	37
2.3.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	38
2.3.3. Pengaruh <i>Food Quality</i> teradap <i>Positive Emotion</i> .....	38
2.3.4. Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	39
2.3.5. Pengaruh <i>Atmospheric</i> teradap <i>Positive Emotion</i> .....	40
2.3.6. Pengaruh <i>Atmospheric</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	40

2.3.7.	Pengaruh <i>Food Authenticity</i> teradap <i>Positive Emotion</i> .....	41
2.3.8.	Pengaruh <i>Food Authenticity</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	41
2.3.9.	Pengaruh <i>Atmospheric Authenticity</i> teradap <i>Positive Emotion</i> .....	42
2.3.10.	Pengaruh <i>Atmospheric Authenticity</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	42
2.3.11.	Pengaruh <i>Positive Emotions</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .....	43
2.3.12.	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .....	44
2.4.	Model Penelitian .....	45
2.5.	Bagan Alur Berpikir .....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		48
3.1.	Jenis Penelitian dan Jenis Data .....	48
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	48
3.1.2.	Jenis Data .....	49
3.1.3.	Sumber Data.....	50
3.2.	Populasi dan Sampel .....	51
3.2.1.	Populasi.....	51
3.2.2.	Sampel.....	51
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	53
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	56
3.5.	Metode Analisis Data .....	58
3.5.1.	Pengolahan Data.....	58
3.5.2.	Pengujian Hipotesis.....	59

3.5.2.1. Uji Validitas .....	60
3.5.2.2. Uji Reliabilitas .....	61
3.5.2.3. Uji Asumsi Klasik .....	62
3.5.2.3.1. Normalitas .....	62
3.5.2.3.2. Multikolinearitas.....	63
3.5.2.3.3. Heteroskedastisitas .....	63
3.5.2.3.4. Uji Linearitas .....	64
3.5.2.4. Analisis Linear Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> ).....	65
3.5.2.5. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	67
3.5.2.6. Uji F .....	68
3.5.2.7. Uji T .....	68
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>70</b>
4.1. Gambaran Umum Ahjumma Kitchen Surabaya.....	70
4.2. Analisis Data .....	71
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	71
4.2.1.1. Karakteristik Responden .....	71
4.2.1.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.1.3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	72
4.2.1.4. Tanggapan Responden .....	74
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	83
4.2.2.1. Penjelasan Responden Terhadap <i>Service Quaiity</i> .....	83
4.2.2.2. Penjelasan Responden Terhadap <i>Food Quality</i> .....	85
4.2.2.3. Penjelasan Responden Terhadap <i>Atmospherics</i> .....	87

4.2.2.4. Penjelasan Responden Terhadap <i>Food Authenticity</i> .....	90
4.2.2.5. Penjelasan Responden Terhadap <i>Atmospherics Authenticity</i> .....	91
4.2.2.6. Penjelasan Responden Terhadap <i>Positive Emotions</i> .....	93
4.2.2.7. Penjelasan REsponden Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	95
4.2.2.8. Penjelasan Responden Terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .....	96
4.2.3. Uji Validitas .....	98
4.2.4. Uji Reliabilitas .....	99
4.2.5 Pengujian Asmsi Klasik Regresi.....	100
4.2.5.1. Uj Normalitas .....	100
4.2.5.2. Uji Heterokedastisitas .....	103
4.2.5.3. Uji Asumsi Multikolinearitas .....	107
4.2.5.4. Uji Asumsi Linearitas.....	108
4.3. Metode Analisis Statistika.....	109
4.3.1. Analisis Regresi Berganda.....	109
4.3.2. Analisis Koefisien Regresi Berganda .....	115
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi .....	116
4.4. Metode Pengujisn Hipotesis .....	118
4.4.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	118
4.4.2. Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	119
4.5. Pembahasan .....	123
<b>BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>161</b>
5.1. Simpulan.....	161
5.1.1. Simpulan Atas Hipotesis.....	161



5.1.1.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Positive Emotions</i> .....	161
5.1.1.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	162
5.1.1.3. Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Positive Emotions</i> .....	163
5.1.1.4. Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	163
5.1.1.5. Pengaruh <i>Atmospherics</i> Terhadap <i>Positive Emotions</i> .....	164
5.1.1.6. Pengaruh <i>Atmospherics</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	165
5.1.1.7. Pengaruh <i>Food Authenticity</i> Terhadap <i>Positive Emotions</i> .....	166
5.1.1.8. Pengaruh <i>Food Authenticity</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	166
5.1.1.9 Pengaruh <i>Atmospherics Authenticity</i> Terhadap <i>Positive Emotions</i> .....	167
5.1.1.10 Pengaruh <i>Atmospherics Authenticity</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	168
5.1.1.11. Pengaruh <i>Positive Emotions</i> Terhadap <i>Behavioral Intentions</i>	169
5.1.1.12. Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Behavioral Intentions</i> ...	169
5.1.2. Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	170
5.2. Implikasi .....	172
5.2.1. Implikasi Teoritis.....	172
5.2.2. Implikasi Manajerial.....	174
5.3. Rekomendasi .....	187
DAFTAR PUSTAKA .....	189

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 BTS, <i>Boy Group</i> asal Korea Selatan .....	3
Gambar 1.2 Fenomena BTS Meal pada bulan Juni 2021 di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Ahjumma Kitchen Spazio Terrace .....	5
Gambar 1.4 Sajian menu <i>Jjajangmyeon</i> di Ahjumma Kitchen Surabaya.....	6
Gambar 1.5 Review Restoran Ahjumma Kitchen Surabaya.....	10
Gambar 1.6 Protokol Kesehatan Pada Restoran Ahjumma Kitchen Selama Masa Pandemi.....	11
Gambar 1.7 Sajian <i>Jjampong</i> yang berbahan dasar <i>seafood</i> segar di Ahjumma Kitchen Surabaya .....	12
Gambar 1.8 Interior Restoran Ahjumma Kitchen Surabaya .....	13
Gambar 1.9 Penyajian Makanan disertai <i>Side-Dish (Kimchi)</i> khas Korea Selatan di Ahjumma Kitchen dengan Otentik.....	14
Gambar 1.10 Sujeo: Sendok dan Sumpit Khas Korea Selatan.....	15
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Jurnal Utama .....	35
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	44
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir .....	46
Gambar 4.1 Logo Ahjumma Kitchen.....	70
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	73
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas <i>Positive Emotions</i> .....	101
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas <i>Perceived Value</i> .....	102
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas <i>Behavioral Intentions</i> .....	103

Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Positive Emotions</i> .....	104
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Perceived Value</i> .....	104
Gambar 4.9 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Behavioral Intentions</i> .....	105
Gambar 4.10 Hasil Penelitian	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kafe, Restoran, dan Rumah Makan Di Surabaya.....	1
Tabel 1.2 Perbandingan Beberapa Restoran Korea Selatan di Surabaya.....	6
Tabel 1.3 Rating Pelanggan Terhadap Restoran Ahjumma Kitchen .....	9
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	53
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi.....	67
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3 Derajat penilaian Setiap Variabel .....	74
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....	75
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food Quality</i> .....	76
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmospherics</i> .....	77
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food Authenticity</i> .....	78
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmospherics Authenticity</i> .....	79
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Positive Emotions</i> .....	80
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	81
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .....	82
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i> ...	83
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Food Quality</i> .....	85
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Atmospherics</i> .....	87
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Food Authenticity</i> .....	90

Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Atmospherics</i> <i>Authenticity</i> .....	91
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Positive Emotions</i> .....	93
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Value</i> .	95
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Behavioral</i> <i>Intentions</i> .....	96
Tabel 4.20 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	98
Tabel 4.21 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel <i>Food Quality</i> .....	98
Tabel 4.22 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel <i>Atmospherics</i> .....	98
Tabel 4.23 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel <i>Food Authenticity</i> .....	98
Tabel 4.24 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel <i>Atmospherics Authenticity</i> .....	98
Tabel 4.25 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel <i>Positive Emotions</i> .....	99
Tabel 4.26 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	99
Tabel 4.27 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intentions</i> .....	99
Tabel 4.28 Hasil Uji Reliabilitas .....	100
Tabel 4.29 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) .....	100
Tabel 4.30 <i>Spearman's Test Correlation</i> SQ, FQ, A, FA, AA * PE .....	105
Tabel 4.31 <i>Spearman's Test Correlation</i> SQ, FQ, A, FA, AA * PV .....	106
Tabel 4.32 <i>Spearman's Test Correlation</i> PE, PV * BI .....	106
Tabel 4.33 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF .....	107
Tabel 4.34 Hasil Uji Linearitas .....	108
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ, FQ, A, FA, AA * PE) .....	110

Tabel 4.36 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ, FQ, A, FA, AA * PV).....	112
Tabel 4.37 Hasil Uji Regresi Berganda (PE, PV * BI) .....	114
Tabel 4.38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Persamaan 1.....	116
Tabel 4.39 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Persamaan 2.....	117
Tabel 4.40 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Persamaan 3.....	117
Tabel 4.41 Hasil Uji F.....	118
Tabel 4.42 Hasil Uji T.....	119
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Atmospherics</i> .....	143
Tabel 4.44 Indikator Variabel <i>Food Authenticity</i> .....	147
Tabel 4.45 Indikator Variabel <i>Atmospherics Authenticity</i> .....	148
Tabel 4.46 Indikator Variabel <i>Food Quality</i> .....	150
Tabel 4.47 Indikator Variabel <i>Service Quality</i> .....	152
Tabel 4.48 Indikator Variabel <i>Positive Emotions</i> .....	155
Tabel 4.49 Indikator Variabel <i>Perceived Value</i> .....	157
Tabel 4.50 Indikator Variabel <i>Behavioral Intentions</i> .....	159
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	172
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	182

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A1 KUESIONER .....	194
TABULASI DATA KUESIONER .....	197
PENGOLAHAN DATA STATISTIK DESKRIPTIF .....	217
UJI VALIDITAS.....	231
UJI RELIABILITAS .....	234
UJI NORMALITAS .....	237
UJI HETEROKEDASTISITAS .....	240
SPEARMAN’S TEST .....	242
UJI MULTIKOLINEARITAS .....	246
UJI LINEARITAS .....	248
KOEFISIEN REGRESI LINIER BERGANDA .....	252
KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI.....	254
UJI F.....	255
UJI T.....	256