

ABSTRAK

Perkembangan pesat yang terjadi pada sektor makanan dan minuman menciptakan peluang bagi pengusaha restoran. Hal ini didorong oleh perubahan seperti gaya hidup (*lifestyle*) bagi masyarakat di kota besar yang sering makan diluar rumah seperti restoran dan *cafe*. Salah satu restoran yang menjual makanan asal negeri Sakura dan mempunyai konsep yang unik adalah Sushi Tei. Restoran ini pertama kali didirikan di Singapura pada tahun 1994. Sushi Tei sudah berkembang menjadi waralaba populer di berbagai kota dunia: Sydney, Shanghai, Kuala Lumpur dan Kota Kinabalu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Decor & Artifacts*, *Spatial Layout*, dan *Ambient Conditions*, terhadap *Price Perception* dan *Customer Satisfaction* dalam membentuk *Customer Loyalty* pada pelanggan Sushi Tei Tunjungan Plaza di Surabaya. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan penelitian pemasaran, serta bermanfaat bagi Sushi Tei Tunjungan Plaza di Surabaya dalam menelaah pengaruh variabel *Decor & Artifacts*, *Spatial Layout*, *Ambient Condition* terhadap *Price Perception* dan *Customer Satisfaction* dalam membentuk *Customer Loyalty*.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS 22.0. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 130 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita berumur 18-65 tahun, dan pernah membeli dan mengkonsumsi di tempat minimal 2 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir di Sushi Tei Tunjungan Plaza di Surabaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar *Customer Satisfaction* terhadap variabel *Customer Loyalty* sebesar 0,436; kemudian variabel yang memiliki pengaruh terbesar kedua adalah variabel *Ambient Conditions* terhadap variabel *Customer Satisfaction* sebesar 0,427; terbesar ketiga variabel *Price Perception* terhadap variabel *Customer Loyalty* sebesar 0,385; terbesar keempat *Spatial Layout* terhadap variabel *Price Perception* yang memiliki pengaruh sebesar 0,314, terbesar kelima variabel *Decor & Artifacts* terhadap variabel *Price Perception* sebesar 0,296, terbesar keenam variabel *Ambient Conditions* terhadap variabel *Price Perception* sebesar 0,272; terbesar ketujuh variabel *Decor & Artifacts* terhadap variabel *Customer Satisfaction* sebesar 0,203; terbesar kedelapan variabel *Price Perception* terhadap variabel *Customer Satisfaction* sebesar 0,159, terbesar kesembilan variabel *Spatial Layout* terhadap variabel *Customer Satisfaction* sebesar 0,064.

Kata Kunci: *Decor & Artifacts, Spatial Layout, Ambient Conditions, Price Perception, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty*

ABSTRACT

The rapid development in the food and beverage sector creates opportunities for restaurant entrepreneurs. This is driven by changes such as lifestyle for people in big cities who often eat outside like in restaurants and cafes. One restaurant that sells food from the country of Sakura and has a unique concept is Sushi Tei. This restaurant was first established in Singapore in 1994. Sushi Tei has developed into a popular franchise in various world cities: Sydney, Shanghai, Kuala Lumpur and Kota Kinabalu.

This study aims to find out the effect of Decor & Artifacts, Spatial Layout, Ambient Conditions, on Price Perception and Customer Satisfaction in forming Customer Loyalty at Tunjungan Plaza Sushi Tei customers in Surabaya. The objectives of this research is to contribute to the development of theory and marketing research, and also contribute to Sushi Tei Tunjungan Plaza in Surabaya especially regarding the effect of Decor & Artifacts, Spatial Layout, Ambient Condition on Price Perception and Customer Satisfaction in forming Customer Loyalty.

This research is a quantitative method with data processing using SPSS 22.0. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 130 respondents with characteristics of male respondents and women aged 18-65 years, and had bought and consumed at least 2 times in the past 6 months in Tunjungan Plaza Sushi Tei in Surabaya

The results showed that the variables that had the greatest influence on Customer Satisfaction on the Customer Loyalty variable were 0.436; then the variable that has the second largest influence is the Ambient Conditions variable on the Customer Satisfaction variable of 0.427; the third largest Price Perception variable for the Customer Loyalty variable is 0.385; the fourth largest Spatial Layout for Price Perception variables that have an influence of 0.314, the fifth largest variable Decor & Artifacts on Price Perception variable is 0.296, the sixth largest Ambient Conditions variable for Price Perception variable is 0.272; the seventh largest Decor & Artifacts variable for the Customer Satisfaction variable of 0.203; the eighth largest Price Perception variable for the Customer Satisfaction variable is 0.159, the nine largest Spatial Layout variables for the Customer Satisfaction variable of 0.064.

Keywords: Decor & Artifacts, Spatial Layout, Ambient Conditions, Price Perception, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty