

Table of Contents

COVER PAGE.....	i
TITLE PAGE	ii
PREFACE	vi
CHAPTER I.....	1
INTRODUCTION.....	1
1.1 Background of the Study.....	1
1.2 Problem Limitation.....	8
1.3 Problem Formulation.....	8
1.4 Objective of the Research	9
1.5 Benefit of the Research	9
1.5.1 Theoretical Benefit.....	9
1.5.2 Practical Benefit	9
CHAPTER 2	11
LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT	11
2.1 Theoretical Background	11
2.1.1 Fast-food Industry	11
2.1.2 Theory of Ambience.....	12
2.1.3 Theory of Promotion Alignment	13
2.1.4 Theory of Service Quality	15
2.1.5 Theory of Customer Satisfaction.....	16
2.2 Previous Research	17
2.3 Hypothesis Development	18
2.4 Research Model.....	19
2.5 Framework of Thinking.....	19
CHAPTER III.....	22
RESEARCH METHODOLOGY	22
3.1 Research Design.....	22
3.2 Population and Sample.....	22
3.3 Data Collection Method	23
3.4 Operational Variable Definition and Variable Measurement.....	24
3.5 Data Analysis Method	31
3.5.1 Descriptive Statistical Analysis	32
3.5.2 Research Instrument Test	34

3.5.3	Classical Assumption Test.....	35
3.5.4	Multiple Regression Analysis.....	37
3.5.5	Hypothesis Test	37
CHAPTER IV		40
RESEARCH RESULT & DISCUSSION		40
4.1	General View of Research Object	40
4.2	Research Result	40
4.2.1	Pre-test of Research Instrument	40
4.2.2	Descriptive Statistic.....	44
4.2.3	Results of Data Quality Testing	94
4.2.4	Results of Hypothesis Testing.....	99
4.3	Discussion	101
CHAPTER V.....		105
CONCLUSION		105
5.1	Conclusion.....	105
5.2	Recommendations	106
5.2.1	For Future Researchers.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.2	For HokBen, Sun Plaza Medan	Error! Bookmark not defined.
REFERENCES.....		108

LIST OF FIGURES

Figure 2.1: Research Model	19
Figure 2.2: Framework of Thinking	21
Figure 4.3: Graph on Respondent Gender.....	45
Figure 4.4: Graph on Respondent Age	46
Figure 4.5: Graph on Respondent Level of Education	47
Figure 4.6: Graph on Respondent Occupation	48
Figure 4.7: Ambience (X1) – Question 1 “Kecerahan pencahayaannya sesuai untuk suasana makan yang nyaman.”	49
Figure 4.8: Ambience (X1) – Question 2 “Pencahayaan di restoran nyaman untuk bersantap dan tidak membuat mata lelah.”.....	50
Figure 4.9: Ambience (X1) – Question 3 "Tingkat kebisingan di restoran memungkinkan percakapan yang nyaman."	51
Figure 4.10: Ambience (X1) – Question 4 " Menurut saya, lingkungan suara di restoran menyenangkan dan tidak mengganggu.”.....	52
Figure 4.11: Ambience (X1) – Question 5 "Aroma makanan di restoran ini menggugah selera dan menambah suasana keseluruhan."	53
Figure 4.12: Ambience (X1) – Question 7 "AC/pemanas di restoran memberikan suhu yang menyenangkan dan konsisten."	56
Figure 4.13: Ambience (X1) – Question 8 "Suhu di restoran berkontribusi positif terhadap kenyamanan dan kepuasan saya secara keseluruhan."	57
Figure 4.14: Ambience (X1) – Question 9 "Dekorasi restoran menciptakan suasana yang menyenangkan dan mengundang."	58

Figure 4.15: Ambience (X1) – Question 10 "Dekorasi restoran mencerminkan tema atau konsep secara efektif."	59
Figure 4.16: Ambience (X1) – Question 11 "Restorannya bersih dan terawat."	60
Figure 4.17: Ambience (X1) – Question 12 "Meja dan area tempat duduk dibersihkan segera setelah digunakan oleh pelanggan."	61
Figure 4.18: Promotion Alignment (X2) – Question 1 "Restoran ini secara konsisten menawarkan promosi seperti yang diiklankan."	62
Figure 4.19: Promotion Alignment (X2) – Question 2 "Promosi yang disediakan oleh restoran tersedia secara konsisten selama periode yang ditentukan."	63
Figure 4.20: Promotion Alignment (X2) – Question 3 "Promosi terkoordinasi dengan baik di berbagai saluran, seperti di dalam toko, online, dan melalui iklan."	64
Figure 4.21: Promotion Alignment (X2) – Question 4 "Promosi restoran bekerja sama dengan baik dengan upaya pemasaran lainnya (misalnya media sosial, iklan)."	65
Figure 4.22: Promotion Alignment (X2) – Question 5 "Promosi restoran dapat disesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan."	66
Figure 4.23: Promotion Alignment (X2) – Question 6 "Saya merasa tanggapan saya terhadap promosi restoran dihargai dan dipertimbangkan."	67
Figure 4.24: Promotion Alignment (X2) – Question 7 "Restoran memastikan bahwa promosi dikomunikasikan dengan jelas dan seragam di berbagai platform."	68
Figure 4.25: Promotion Alignment (X2) – Question 8 "Promosi restoran tersedia secara konsisten di semua saluran (misalnya online, di dalam toko, media sosial)."	69
Figure 4.26: Service Quality (X3) – Question 1 "Restoran ini secara konsisten memberikan layanannya seperti yang dijanjikan."	70

Figure 4.27: Service Quality (X3) – Question 2 "Restoran mempertahankan kualitas layanan yang konsisten di semua kunjungan."	71
Figure 4.28: Service Quality (X3) – Question 3 "Restoran menyediakan layanan cepat bahkan selama jam sibuk."	72
Figure 4.29: Service Quality (X3) – Question 4 "Staf restoran merespons permintaan pelanggan dengan cepat."	73
Figure 4.30: Service Quality (X3) – Question 5 "Peralatan dan perkakas yang digunakan di restoran dalam kondisi baik."	74
Figure 4.31: Service Quality (X3) – Question 6 "Ketika saya mengalami masalah, staf restoran menanganinya dengan efektif."	75
Figure 4.32: Service Quality (X3) – Question 7 "Restoran memiliki proses yang jelas untuk menangani kegagalan layanan."	76
Figure 4.33: Customer Satisfaction (Y) – Question 1 "Saya akan merekomendasikan restoran ini kepada teman dan keluarga saya."	77
Figure 4.34: Customer Satisfaction (Y) – Question 2 "Saya kemungkinan akan kembali ke restoran ini berdasarkan pengalaman saya."	78
Figure 4.35: Customer Satisfaction (Y) – Question 3 "Kualitas makanan memenuhi harapan saya selama kunjungan saya."	79
Figure 4.36: Customer Satisfaction (Y) – Question 4 "Saya puas dengan keseluruhan pengalaman yang saya alami di restoran ini."	80
Figure 4.37: Customer Satisfaction (Y) – Question 5 "Saya sering memilih restoran ini untuk makanan saya."	81
Figure 4.38: Customer Satisfaction (Y) – Question 6 "Saya sering memilih restoran ini untuk makanan saya."	83

Figure 4.39: Customer Satisfaction (Y) – Question 7 "Saya telah merekomendasikan restoran ini kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif yang saya alami"	84
Figure 4.40: Customer Satisfaction (Y) – Question 8 "Saya kemungkinan besar akan membagikan pengalaman positif saya di restoran ini di media sosial atau platform ulasan."	85
Figure 4.41: Normality Test Histogram.....	94
Figure 4.42: Normality Test with P-P plot	95
Figure 4.43: Heteroscedasticity Test	97



LIST OF TABLES

Table 3.1: Operational Variables	25
Table 3.2: Identification for Survey about Respondent Gender	29
Table 3.3: Identification for Survey about Respondent Age	30
Table 3.4: Identification for Survey about Respondent Level of Education	30
Table 3.5: Identification for Survey about Respondent Occupation	31
Table 3.6: Likert Scale.....	31
Table 4.7: Validity test Results for Ambience	41
Table 4.8: Validity test Results for Promotion Alignment.....	42
Table 4.9: Validity test Results for Service Quality.....	42
Table 4.10: Validity test Results for Customer Satisfaction	43
Table 4.11: Reliability Test Results	44
Table 4.12: Characteristics on Respondent Gender.....	45
Table 4.13: Characteristics on Respondent Age	46
Table 4.14: Characteristics on Respondent Level of Education	47
Table 4.15: Graph on Respondent Occupation.....	48
Table 4.16: Ambience (X1) – Question 1 “Kecerahan pencahayaannya sesuai untuk suasana makan yang nyaman.”	49
Table 4.17: Ambience (X1) – Question 2 “Pencahayaan di restoran nyaman untuk bersantap dan tidak membuat mata lelah.”.....	50

Table 4.18: Ambience (X1) – Question 3 "Tingkat kebisingan di restoran memungkinkan percakapan yang nyaman."	51
Table 4.19: Ambience (X1) – Question 4 " Menurut saya, lingkungan suara di restoran menyenangkan dan tidak mengganggu.”	52
Table 4.20: Ambience (X1) – Question 5 "Aroma makanan di restoran ini menggugah selera dan menambah suasana keseluruhan."	53
Table 4.21: Question 6 "Aroma di restoran menyenangkan dan meningkatkan pengalaman bersantap saya."	54
Table 4.22: Ambience (X1) – Question 7 "AC/pemanas di restoran memberikan suhu yang menyenangkan dan konsisten."	56
Table 4.23: Ambience (X1) – Question 8 "Suhu di restoran berkontribusi positif terhadap kenyamanan dan kepuasan saya secara keseluruhan."	57
Table 4.24: Ambience (X1) – Question 9 "Dekorasi restoran menciptakan suasana yang menyenangkan dan mengundang."	58
Table 4.25: Ambience (X1) – Question 10 "Dekorasi restoran mencerminkan tema atau konsep secara efektif."	59
Table 4.26: Ambience (X1) – Question 11 "Restorannya bersih dan terawat."	60
Table 4.27: Ambience (X1) – Question 12 "Meja dan area tempat duduk dibersihkan segera setelah digunakan oleh pelanggan."	61
Table 4.28: Promotion Alignment (X2) – Question 1 "Restoran ini secara konsisten menawarkan promosi seperti yang diiklankan."	62
Table 4.29: Promotion Alignment (X2) – Question 2 "Promosi yang disediakan oleh restoran tersedia secara konsisten selama periode yang ditentukan."	63

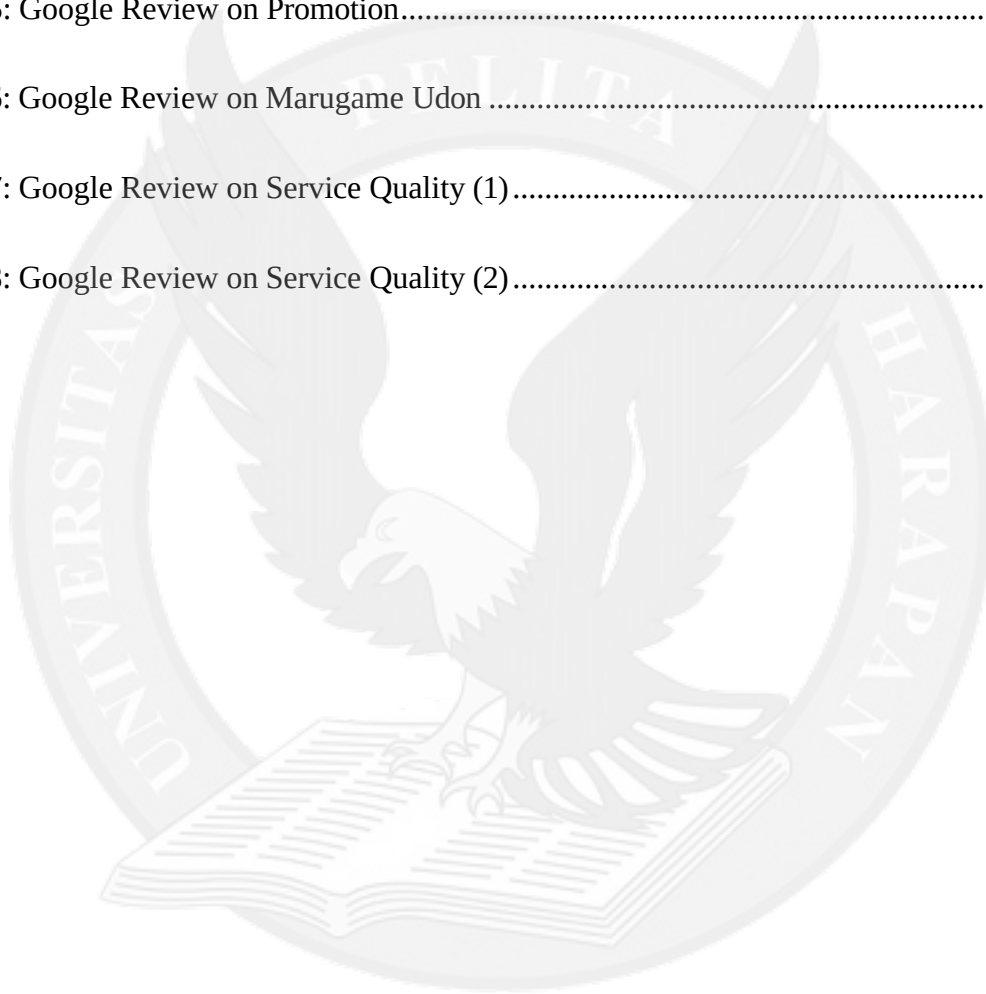
Table 4.30: Promotion Alignment (X2) – Question 3 "Promosi terkoordinasi dengan baik di berbagai saluran, seperti di dalam toko, online, dan melalui iklan."	64
Table 4.31: Promotion Alignment (X2) – Question 4 "Promosi restoran bekerja sama dengan baik dengan upaya pemasaran lainnya (misalnya media sosial, iklan)."	65
Table 4.32: Promotion Alignment (X2) – Question 5 "Promosi restoran dapat disesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan."	66
Table 4.33: Promotion Alignment (X2) – Question 6 "Saya merasa tanggapan saya terhadap promosi restoran dihargai dan dipertimbangkan."	67
Table 4.34: Promotion Alignment (X2) – Question 7 "Restoran memastikan bahwa promosi dikomunikasikan dengan jelas dan seragam di berbagai platform."	68
Table 4.35: Promotion Alignment (X2) – Question 8 "Promosi restoran tersedia secara konsisten di semua saluran (misalnya online, di dalam toko, media sosial)."	69
Table 4.36: Service Quality (X3) – Question 1 "Restoran ini secara konsisten memberikan layanannya seperti yang dijanjikan."	70
Table 4.37: Service Quality (X3) – Question 2 "Restoran mempertahankan kualitas layanan yang konsisten di semua kunjungan."	71
Table 4.38: Service Quality (X3) – Question 3 "Restoran menyediakan layanan cepat bahkan selama jam sibuk."	72
Table 4.39: Service Quality (X3) – Question 4 "Staf restoran merespons permintaan pelanggan dengan cepat."	73
Table 4.40: Service Quality (X3) – Question 5 "Peralatan dan perkakas yang digunakan di restoran dalam kondisi baik."	74
Table 4.41: Service Quality (X3) – Question 6 "Ketika saya mengalami masalah, staf restoran menanganinya dengan efektif."	75

Table 4.42: Service Quality (X3) – Question 7 "Restoran memiliki proses yang jelas untuk menangani kegagalan layanan."	76
Table 3.43: Customer Satisfaction (Y) – Question 1 "Saya akan merekomendasikan restoran ini kepada teman dan keluarga saya."	77
Table 4.44: Customer Satisfaction (Y) – Question 2 "Saya kemungkinan akan kembali ke restoran ini berdasarkan pengalaman saya."	78
Table 4.45: Customer Satisfaction (Y) – Question 3 "Kualitas makanan memenuhi harapan saya selama kunjungan saya."	79
Table 4.46: Customer Satisfaction (Y) – Question 4 "Saya puas dengan keseluruhan pengalaman yang saya alami di restoran ini."	80
Table 4.47: Customer Satisfaction (Y) – Question 5 "Saya sering memilih restoran ini untuk makanan saya."	81
Table 4.48: Customer Satisfaction (Y) – Question 6 "Saya sering memilih restoran ini untuk makanan saya."	83
Table 4.49: Customer Satisfaction (Y) – Question 7 "Saya telah merekomendasikan restoran ini kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif yang saya alami"	84
Table 4.50: Customer Satisfaction (Y) – Question 8 "Saya kemungkinan besar akan membagikan pengalaman positif saya di restoran ini di media sosial atau platform ulasan."	85
Table 4.51: Measurement Score of Descriptive Statistics	86
Table 4.52: Descriptive Statistics for Ambience (X1), Promotion Alignment (X2), Service Quality (X3), and Customer Satisfaction (Y).....	87
Table 4.53: Measurement Score for Ambience (X1).....	88
Table 4.54: Descriptive Statistics of Ambience (X1)	89
Table 4.55: Measurement Score for Promotion Alignment	90

Table 4.56: Descriptive Statistics of Promotion Alignment (X2).....	90
Table 4.57: Measurement Score for Service Quality (X3)	91
Table 4.58: Descriptive Statistics of Service Quality (X3).....	92
Table 4.59: Measurement Score of Customer Satisfaction (Y)	93
Table 4.60: Descriptive Statistic of Customer Satisfaction (Y).....	93
Table 4.61: One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	96
Table 4.62: Heteroscedasticity Test with Glejser Test.....	97
Table 4.63: Multicollinearity Test	98
Table 4.64: Multiple Linear Regression Analysis	98
Table 4.65: Coefficient of Determination.....	100
Table 4.66: T Test.....	100
Table 4.67: F Test.....	101

LIST OF PICTURES

Picture 1: Google Review on Ambience (1).....	2
Picture 2: Google Review on Ambience (2).....	2
Picture 3: Google Review at Marugame Udon(1).....	3
Picture 4: Google Review at Marugame Udon (2).....	3
Picture 5: Google Review on Promotion.....	4
Picture 6: Google Review on Marugame Udon	5
Picture 7: Google Review on Service Quality (1)	6
Picture 8: Google Review on Service Quality (2)	7



LIST OF APPENDICES

APPENDIX A: QUESTIONNAIRE	112
APPENDIX B: PRE-TEST SURVEY RESULTS	1
APPENDIX C: PRE-TEST SPSS RESULTS	1
APPENDIX D: MAIN TEST SURVEY RESULTS	1
APPENDIX E MAIN TEST SPSS RESULTS	1
APPENDIX F: HOKBEN SUN PLAZA, MEDAN PICTURES	1

