

ABSTRAK

Kebutuhan akan pangan merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh semua orang. Kondisi ini mengakibatkan bisnis makanan menjadi salah satu pilihan bisnis yang tetap ada dan terus berkembang sepanjang waktu di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Hal tersebut menyebabkan pelaku bisnis restoran dituntut untuk semakin selektif di dalam menentukan konsumen yang dibidik agar bidang usaha yang dikelola bisa berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Sushi Tei dibuka di Indonesia berdasarkan kesadaran akan banyaknya masyarakat Indonesia yang senang dengan masakan Jepang. Melihat pasar yang sangat besar, seringkali restoran restoran Jepang yang ada di Indonesia lebih mengutamakan kuantitas produk dibanding kualitas produk makananan. Padahal untuk konsumen menengah atas juga ingin dimanjakan dengan masakan khas Jepang.

Konsep *customer value* yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan tujuh elemen *customer value* yaitu *environmental*, *sensory*, *interpersonal*, *procedural*, *deliverable*, *informational*, dan *financial*. Sedangkan *customer loyalty* diukur melalui empat atribut pembentuk loyalitas pelanggan yaitu : *makes regular repeat purchases*; *purchases across product and service lines*; *refer others*, dan *demonstrates an immunity to the pull of the competition*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal, Target populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Sushi Tei di Tunjungan Plaza IV, Surabaya dengan karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Surabaya, pendidikan minimal SMU (sederajat) dengan alasan mempunyai kemampuan untuk memahami kuesioner, dan pernah mengunjungi Sushi Tei di Tunjungan Plaza IV, Surabaya minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling*, cara pengambilan sampelnya adalah *convenience sampling*; Skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian adalah *semantic differential monopolar objective scale*.

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil tanggapan responden mengenai *customer value* dan *customer loyalty* Sushi Tei di Tunjungan Plaza IV, Surabaya, maka dapat direkomendasikan beberapa hal sebagai masukan bagi pihak manajemen Sushi Tei di Tunjungan Plaza IV, Surabaya, yaitu: Layanan yang bernilai akan menciptakan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk mencapai loyalitas pelanggan, sebaiknya Pihak manajemen Sushi Tei di Tunjungan Plaza IV, Surabaya memberi perhatian pada keenakan rasa minuman dan, sebaiknya memikirkan upaya yang dapat terus meningkatkan loyalitas pelanggan dengan mendorong pelanggan untuk membeli lebih dari satu varian makanan dan minuman, Misalnya dengan membuat beberapa jenis paket makanan dan minuman yang menarik yang terdiri dari lebih dari satu varian makanan dan minuman.