

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh langsung dari kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, sekaligus peran moderasi persepsi suasana restoran khas Korea di Surabaya yaitu restoran ‘Myoung Ga’.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang artinya diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 130 orang, yang pernah berkunjung ke restoran ‘Myoung Ga’ dalam 6 bulan terakhir, dan memiliki pendidikan terakhir minimal SMA/SMK/ sederajat. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan jenis *judgement sampling*. Aras pengukuran yang digunakan adalah aras interval. Penelitian ini diolah dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan aplikasi AMOS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Atmosfer memiliki hubungan moderasi yang signifikan antara kualitas layanan, kualitas makanan dan kepuasan pelanggan, atmosfer memiliki hubungan moderasi yang signifikan antara kualitas layanan, kualitas makanan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Atmosfer, Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Kepuasan dan Loyalitas.

## **ABSTRACT**

*This research aims to study the direct influence of service and food quality to customer satisfaction and loyalty, as well as the moderating role of ambience/atmosphere of ethnic Korean restaurant in Surabaya, the restaurant 'Myoung Ga'.*

*The data source used in this study was primarily obtained from respondents using a set of questionnaires. Respondents in this study amounted to 130 people who've been going to 'Myoung Ga' in the last 6 months, and have a minimum education of high school/vocational/equivalent. The sampling technique is a non-probability sampling, specifically the judgement sampling. Level measurement used are interval level. This study was processed using Structural Equation Modeling (SEM), helped by AMOS 16 software.*

*The results indicate that service quality has a positive impact on customer satisfaction and loyalty, food quality has a positive effect on customer satisfaction and loyalty. The ambience / atmosphere moderates in the relationship between quality of service, quality of food, and customer satisfaction significantly. It also moderates in the relationship between quality of service, quality of food, and customer loyalty significantly.*

*Key words: Atmosphere, Service Quality, Food Quality, Satisfaction, and Loyalty.*