

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *food quality, service quality dan atmospherics* terhadap loyalitas pelanggan restoran Citilies skyclub Bistro Surabaya dengan moderasi tipe pengetahuan produk Teori yang digunakan adalah *Merrabian russell model*

Penelitian ini menggunakan sampel yaitu konsumen yang pernah mengunjungi dan makan di Citilies Skyclub Bistro yang berdomisili di Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan adalah 203 responden. Penelitian ini menggunakan model tunggal dan model multi sampel dengan parameter yang berbeda. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah menggunakan SPSS versi 18 dan AMOS 18.0

Hasil dari penelitian ini adalah *Food Quality, Service Quality dan Atmospherics* berpengaruh positif terhadap *emotion* dan *emotion* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty*. Pengetahuan produk juga memoderasi proses konsumsi di Citilies Skyclub Bistro

Kata kunci : *Emotion, Luxury restaurant, product knowledge, stimuli.*

ABSTRACT

This study was aimed to examine the effect of food quality, service quality and its atmospheric against the customer loyalty of Citilies SKYclub Bistro restaurant at Surabaya using a moderation type of product knowledge theory used is Merrabian russell models.

This study uses a sample of consumers who have eaten and visited Citilies Skyclub Bistro restaurant located at Surabaya. The number of samples used were 203 respondents. This study use a single model and a model of multi samples with different parameters. The sampling method used is purposive sampling and to analyze the data, this study use SPSS version 18 and AMOS 18.0.

The results of this study indicate that Food Quality, Service Quality and Atmospherics create a positive emotion. The positive emotion that was created will make a positive influence againts brand loyalty. Also, Product knowledge moderate the consumption processes of Citilies Skyclub Bistro.

Keywords: : Emotion, Luxury restaurant, product knowledge, stimuli.