

# **PENGARUH RANGSANGAN RESTORAN TERHADAP *EMOTIONS* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA RESTORAN TEPPAN HOUSE SURABAYA**

Ivenna Petricia Hariyanto  
Manajemen Layanan dan Pariwisata  
Pembimbing:  
Erna Andajani  
Veny Megawati

## **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rangsangan restoran teppanyakiterhadap emosi dan loyalitas pengunjung pada restoran teppan House Surabaya. dalam penelitian ini terdapat 8 variabel dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu *basic research*. Pengolahan data penelitian ini menggunakan analisis *structural equation modeling (SEM)* dengan *software IBM SPSS Statistic 24* untuk pengujian validitas dan reliabilitas, kemudian *AMOS 22.0* untuk pengujian model (*measurement dan structural*) serta uji hipotesis. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *probability sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner secara online. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 181 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelanggan lain tidak berpengaruh positif terhadap emosi positif namun berpengaruh negatif signifikan terhadap emosi negatif. Citra koki berpengaruh positif signifikan terhadap emosi positif dan berpengaruh negatif signifikan terhadap emosi negatif. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap emosi positif dan berpengaruh negatif signifikan terhadap emosi negatif. Suasana tidak berpengaruh terhadap emosi positif maupun emosi negatif. kualitas makanan berpengaruh positif signifikan terhadap emosi positif namun tidak berpengaruh negatif terhadap emosi negatif, sedangkan hubungan emosi positif berpengaruh positif signifikan terhadap loyalty dan emosi negatif berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas

**Kata Kunci:** emosi , kualitas layanan , citra koki, kualitas makanan, loyalitas

**THE EFFECT OF TEPPANYAKI RESTAURANT STIMULI ON EMOTIONS  
AND CUSTOMERS LOYALTY AT THE TEPPAN HOUSE RESTAURANT  
SURABAYA**

Ivenna Petricia Hariyanto  
Hospitality Management

Contributor:  
Erna Andajani  
Veny Megawati

**ABSTRACT**

*This study aims to look at the influence of teppanyaki restaurant towards the emotions and customer loyalty of visitors to the Surabaya teppan House restaurant. In this study, there are 8 variables with the type of research used, namely basic research. Research data processing uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis with IBM SPSS Statistic 24 software to test validity and reliability. Then AMOS 22.0 for model testing (measurement and structural) and hypothesis testing. The technique used in sampling is probability sampling. This study uses primary data by means of an online questionnaire. The sample used in the study was 181 respondents. The results showed that the variable that other customers did not have a positive effect on positive emotions but had a significant negative effect on negative emotions. The image of a chef has a significant positive effect on positive emotions and a significant negative effect on negative emotions. Quality has a significant positive effect on positive emotions and a significant negative effect on negative emotions. The atmosphere has no effect on positive emotions or emotions. Food quality has a significant positive effect on positive emotions but does not have a negative effect on negative emotions, while emotional relationships have a significant positive effect on loyalty and negative emotions have a significant negative effect on loyalty.*

**Keywords:** *emotions, service quality, chef's image food quality, loyalty,*