

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN PADA KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN KOREA ‘MYOUNG GA’ DI SURABAYA DENGAN PERAN MODERASI ATMOSFER

Evina Kurniawan

Jurusan Manajemen / Fakultas Bisnis & Ekonomika
evina131093@gmail.com

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.

PENDAHULUAN

Merujuk pada teori hirarki kebutuhan Maslow, kebutuhan psikologis merupakan kebutuhan yang pertama dan mendasar dari seluruh kebutuhan manusia. Kebutuhan psikologis mendominasi hirarki kebutuhan manusia lainnya sehingga perlu untuk dipenuhi setelah itu manusia baru bisa memikirkan untuk memenuhi kebutuhan lainnya seperti kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan diri sendiri (*ego needs*), dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Berdasarkan teori Maslow tersebut maka pemenuhan akan kebutuhan pangan manusia menjadi hal mutlak.

Namun, hal tersebut tampaknya tidak berlaku lagi sekarang. Pangan bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata. Pangan saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya. Pada tahun 2011 subsektor kuliner menyumbangkan pendapatan terbesar bagi industri kreatif di Indonesia sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB.

Sedangkan di Jawa Timur diketahui bahwa sumbangan terbesar dihasilkan oleh 3 sektor utama dan sektor pertama adalah Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran yang merupakan sektor terbesar dengan nilai Rp 356, 10 triliun atau sebesar 31,34%. Pada peranan ekonomi sektoral PDRB Kota Surabaya atas dasar harga konstan 2000 pada tahun 2009-2013, yang paling besar peranannya adalah sektor perdagangan, hotel, dan restoran yaitu sebesar 43,77%. Tingginya potensi pasar industri makanan dan minuman di Surabaya menyebabkan pengusaha kafe dan restoran dari luar daerah tertarik untuk melakukan ekspansi di kota tersebut.

Saat ini terdapat beberapa jenis restoran orisinal yang berkembang salah satunya adalah restoran etnik. Restoran etnik sendiri merupakan restoran yang menyajikan hidangan yang disesuaikan dengan tema dari restoran tersebut, seperti Timur Tengah, Perancis, Italia, Chinesse, Korea, dan Indonesia. Saat ini hampir di seluruh negara Asia mengalami fenomena *Korean Wave*. Di Indonesia sendiri remajanya mengalami fenomena ini, antusiasme remaja Indonesia sangat tinggi terhadap *K-pop*. Seiring digemarinya *K-pop* baik musik, drama, *fashion*, ternyata sajian kulinernyapun juga ikut menggoda. Saat ini makanan khas Korea sudah banyak ditemui di Indonesia bahkan sudah mulai diperjual-belikan di pasaran. Banyak orang Indonesia yang semakin berminat dengan budaya Korea dan semakin tertarik untuk mencoba segala hal berbau Korea termasuk makanannya.

Penelitian ini menggunakan segmen restoran etnik karena pelanggan mengunjungi restoran etnik tidak hanya ingin makan saja namun mereka juga berharap untuk mengalami budaya baru dan unik melalui lingkungan makan dari restoran etnik. Saat ini di Surabaya sendiri sudah terdapat beberapa restoran Korea, salah satunya adalah Myoung Ga Restoran yang berada di Puri Matahari Lt. 2 Jalan H.R. Muhammad No. 181 (Depan Patung Kuda) Surabaya. Restoran Myoung Ga ini merupakan salah satu restoran Korea yang terbaik di Surabaya. Salah satu keistimewaan restoran Korea seperti Myoung Ga ini terletak pada *side dish* – nya yang gratis dan restoran ini adalah salah satu restoran yang menyajikan *side dish*

dengan kuantitas yang besar. Selain itu Myoung Ga juga menyediakan secara gratis hidangan penutup mulut yaitu semangka dan coklat berisi krim.

Restoran ‘Myoung Ga’ ini juga menyediakan layanan berupa terdapatnya mesin kopi gratis, selain itu restoran ini juga memiliki menu yang bervariasi dan memberikan *side dish* yang cukup banyak serta beragam macamnya. Restoran ini juga memberikan *member card* bagi para pelanggannya. Tampak pula nuansa Korea yang sangat kental pada restoran ini. Berdasarkan fakta – fakta yang ada di atas maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah apakah kualitas layanan dan kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen restoran Korea ‘Myoung Ga’ di Surabaya dengan peran moderasi atmosfer.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal (*causal research*). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer artinya data diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner. Sumber data dalam penelitian ini adalah responden yang pernah berkunjung untuk menikmati makanan dan minuman di restoran ‘Myoung Ga’ dalam 6 bulan terakhir. Kuesioner yang disebarakan terdiri dari dua bagian, pertama berisi pertanyaan umum mengenai karakteristik responden, kedua pertanyaan terkait kualitas layanan, kualitas makanan, atmosfer, kepuasan, dan loyalitas menggunakan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 7 (sangat setuju sekali). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *numerical scale*.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang berdomisili di Surabaya dan pernah berkunjung untuk menikmati makanan dan minuman di restoran ‘Myoung Ga’ dalam 6 bulan terakhir. Memiliki pendidikan terakhir minimal SMA/SMK/ sederajat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* karena populasi yang diteliti tidak dapat teridentifikasi dengan jelas jumlahnya. Jenis pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *judgement sampling* yaitu sampel diambil berdasarkan pada

kriteria – kriteria yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti. Merujuk pada Hair *et al.* (2010: 661) besarnya kecukupan sampel pada teknik analisis SEM berkisar antara 100 – 400. Iacobucci (2010) menyarankan besarnya sampel yang memberikan solusi konvergen dan sesuai sebesar 150. Dengan demikian penelitian ini menggunakan besar sampel sebesar 130 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode SEM dengan bantuan aplikasi AMOS 16. Adapun hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, sebagai berikut:

H1 : Diduga kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Diduga kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H3 : Diduga kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

H4 : Diduga kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

H5 : Diduga *atmosphere* memiliki hubungan moderasi antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

H6 : Diduga *atmosphere* memiliki hubungan moderasi antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan.

H7 : Diduga *atmosphere* memiliki hubungan moderasi antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

H8 : Diduga *atmosphere* memiliki hubungan moderasi antara kualitas makanan dan loyalitas pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas terhadap 30 kuesioner menunjukkan hasil bahwa pernyataan untuk kelima variabel dianggap valid karena tingkat signifikansi $< 0,05$. Uji reliabilitas untuk kelima variabel dapat dikatakan reliabel karena semua nilai *Cronbach's alpha* 0,7 atau lebih tinggi. Meskipun nilai reliabilitas antara 0,6 dan 0,7

masih dapat diterima (Hair *et al.*, 2010: 125, 710). Dalam SEM dilakukan model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran memastikan bahwa pengukuran kuesioner/alat ukur/ instrumen yang dipakai sudah tepat dengan data yang telah dikumpulkan. Melalui model pengukuran dapat diketahui bahwa setiap indikator dari variabel yang diteliti memiliki nilai *standard loading* > 0,5. Artinya bahwa seluruh indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian sudah memenuhi uji validitas yang baik. Signifikansi dilihat dari besar kecilnya nilai *critical ratio* dari nilai *estimate*, jika nilai *critical ratio* > 1,96 maka hubungan tersebut secara statistik signifikan. Seperti terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1
Nilai Estimate dan Signifikansi Hubungan Indikator dan Konstruk

Konstruk Penelitian	Indikator	Nilai Standardized Loading (λ)	Critical Ratio	P-Value
Atmospherics	AT 1	0,797		
	AT 2	0,712	7,734	***
	AT 3	0,708	7,688	***
	AT 4	0,663	7,192	***
Kualitas Layanan	KL1	0,519		
	KL2	0,636	4,643	***
	KL3	0,693	4,816	***
Kualitas Makanan	KM1	0,684		
	KM2	0,736	6,871	***
	KM3	0,504	4,982	***
	KM4	0,529	5,211	***
Kepuasan	K1	0,705		
	K2	0,739	7,080	***
	K3	0,779	7,316	***

Loyalitas	L1	0,691		
	L2	0,624	6,002	***
	L3	0,695	6,553	***

Keterangan ***: $p < 0,1\%$ atau $p < 0,001$

Selain menggunakan nilai *standardized loading*, validitas juga bisa ditunjukkan dengan menghitung AVE (*Average Variance Extracted*). Perhitungan AVE untuk masing-masing konstruk dalam penelitian sebagai berikut.

Tabel 2
Average Variance Extracted

Variabel	$(\sum \text{std.loading})^2$	$\sum \text{error}$	<i>Average Variance Extracted</i>
<i>Atmospherics</i>	2,0829	1,9170	0,5207
Kualitas Layanan	1,1541	1,8459	0,3847
Kualitas Makanan	1,5434	2,4566	0,3858
Kepuasan	1,6499	1,3500	0,5499
Loyalitas	1,3498	1,6501	0,4499

Uji validitas secara konservatif mensyaratkan nilai *Average Variance Extracted* minimal sebesar 0,5. Pada Tabel 2 terlihat bahwa konstruk *Atmospherics* dan Kepuasan sudah memenuhi validitas per konstruk secara konservatif yang baik, namun variabel Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, dan Loyalitas masih memiliki *Average Variance Extracted* yang kurang dari 0,5. Secara konservatif konstruk Kualitas Layanan, Kualitas Makanan dan Loyalitas belum cukup memenuhi validitas konstruk yang baik. Merujuk pada Verhoeff *et al.*, (2002) nilai *Average Variance Extracted* 0,4 atau yang mendekati sudah cukup untuk menunjukkan validitas konvergen per konstruk yang baik.

Disamping *Average Variance Extracted*, pada Tabel 1 validitas konvergen per indikator menunjukkan nilai *standardized loading* diatas 0,5 sehingga validitas konvergen sebenarnya sudah terpenuhi dengan baik. Setelah itu dilakukan pengujian reliabilitas untuk keseluruhan data dalam model pengukuran dengan menggunakan perhitungan *Construct Reliability*.

Tabel 3
Construct Reliability

Variabel	($\sum \text{std.loading}$)	($\sum \text{std.loading}$) ²	$\sum \text{error}$	<i>Construct Reliability</i>
<i>Atmospherics</i>	2,880	8,2944	1,9170	0,8123
Kualitas Layanan	1,848	3,4151	1,8459	0,6491
Kualitas Makanan	2,453	6,0172	2,4566	0,7101
Kepuasan	2,223	4,9417	1,3500	0,7854
Loyalitas	2,010	4,0401	1,6501	0,7100

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa variabel *Atmospherics*, Kualitas Makanan, Kepuasan dan Loyalitas memiliki nilai *construct reliability* $\geq 0,7$ namun variabel Kualitas Layanan memiliki nilai *construct reliability* $\leq 0,7$ yakni 0,6491. Merujuk pada Hair *et al.*, (2010 : 710) nilai *construct reliability* antara 0,60 – 0,70 masih dapat diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh konstruk penelitian yang digunakan sudah reliabel.

Selanjutnya adalah pengujian hipotesis yang dijawab dengan menggunakan model struktural, dilakukan 2 tahap model moderasi struktural. Tahap pertama yang dilakukan yakni permodelan moderasi *Atmospherics* pada hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan serta Kualitas Layanan dengan Loyalitas. Sedangkan tahap kedua yakni permodelan moderasi *Atmospherics* pada hubungan Kualitas Makanan dengan Kepuasan serta Kualitas Makanan dengan Loyalitas. Uji hipotesis

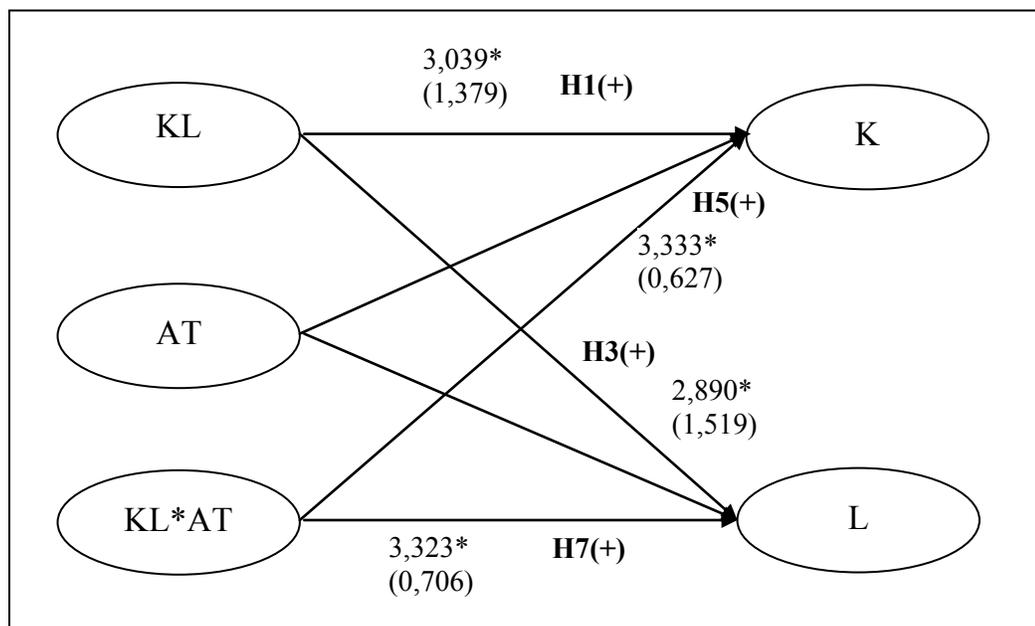
dilakukan dengan melihat nilai *critical ratio*, dikatakan signifikan apabila nilai C.R > 1,96.

Tabel 4
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan antar konstruk	Nilai <i>Estimate</i>	<i>Critical Ratio</i>	P-value	Keterangan
H1	KL→K	1,827	3,039	0,002	Signifikan
H2	KM→K	0,753	4,102	***	Signifikan
H3	KL→L	2,291	2,890	0,004	Signifikan
H4	KM→L	1,146	4,533	***	Signifikan
H5	AT→KL →K	2,494	3,333	***	Signifikan
H6	AT→KM→K	1,399	5,372	***	Signifikan
H7	AT→KL→L	3,194	3,323	***	Signifikan
H8	AT→KM→L	1,920	5,469	***	Signifikan

Keterangan ***: signifikan dengan nilai p-value < 0,1% atau 0,001

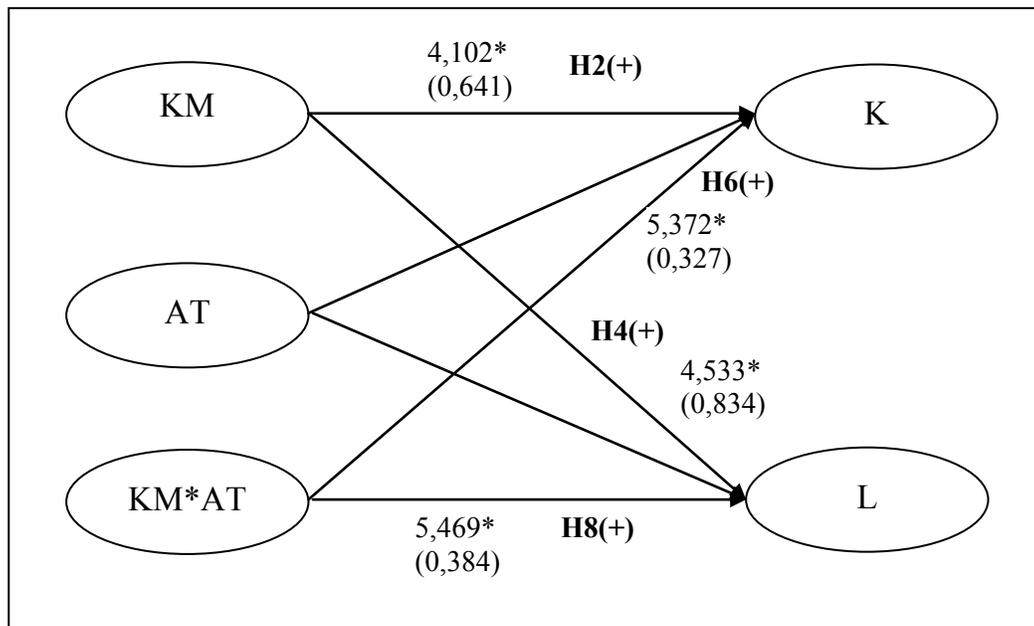
Melalui pengujian hipotesis yang terdapat pada Tabel 4 tersebut dapat diketahui bahwa dari 8 hipotesis penelitian semuanya telah memiliki *critical ratio* dengan nilai > 1,96, sehingga dapat dikatakan kedelapan hipotesis tersebut signifikan. Pada gambar 1 di bawah ini dapat dilihat bahwa hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan positif yaitu pada hipotesis 1. Hipotesis 3 yakni hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas berpengaruh secara positif. Berikutnya hipotesis 5 yaitu atmosfer memoderasi hubungan kualitas layanan dengan kepuasan memiliki pengaruh yang positif. Terakhir yaitu hipotesis 7 bahwa atmosfer memoderasi hubungan kualitas layanan dengan loyalitas adalah positif.



Keterangan *: signifikan pada nilai C.R > 1,96 ; () menunjukkan nilai *standardized estimate*

Gambar 1
Model Struktural Moderasi *Atmospherics* pada Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan dan Loyalitas

Gambar 2 dibawah dapat dilihat bahwa hubungan antara kualitas makanan dengan kepuasan positif yaitu pada hipotesis 2. Sedangkan, hipotesis 4 yakni hubungan antara kualitas makanan dengan loyalitas juga berpengaruh secara positif. Berikutnya hipotesis 6 yaitu atmosfer memoderasi hubungan kualitas makanan dengan kepuasan memiliki pengaruh yang positif. Terakhir yaitu hipotesis 8 bahwa atmosfer memoderasi hubungan kualitas makanan dengan loyalitas memiliki pengaruh secara positif.



Keterangan *: signifikan pada nilai C.R > 1,96 ; () menunjukkan nilai *standardized estimate*

Gambar 2

Model Struktural Moderasi *Atmospherics* pada Hubungan Kualitas Makanan dengan Kepuasan dan Loyalitas

RINGKASAN

Berikut adalah hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode SEM dan bantuan program AMOS 16, penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Korea 'Myoung Ga' Surabaya.
2. Kualitas makanan signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Korea 'Myoung Ga' Surabaya.
3. Kualitas layanan signifikan dan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Korea 'Myoung Ga' Surabaya.
4. Kualitas makanan signifikan dan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Korea 'Myoung Ga' Surabaya.

5. *Atmosphere* memiliki hubungan moderasi yang signifikan dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada restoran Korea'Myoung Ga' Surabaya.
6. *Atmosphere* memiliki hubungan moderasi yang signifikan dan positif antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan pada restoran Korea'Myoung Ga' Surabaya.
7. *Atmosphere* memiliki hubungan moderasi yang signifikan dan positif antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan pada restoran Korea'Myoung Ga' Surabaya.
8. *Atmosphere* memiliki hubungan moderasi antara kualitas makanan dan loyalitas pelanggan pada restoran Korea'Myoung Ga' Surabaya.

REKOMENDASI

Adapun rekomendasi yang ditujukan kepada restoran 'Myoung Ga' dan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa indikator konsumen menyukai pilihan makanan sehat di restoran 'Myoung Ga' memiliki nilai *mean* terendah dibanding indikator lainnya. Oleh karena itu, pihak restoran 'Myoung Ga' dapat membuat konsumen lebih menyukai pilihan makanan sehat dengan cara mendesain buku menu spesial yang didalamnya tidak hanya terdapat nama, foto, dan harga dari makanan yang dijual namun juga terkandung bahan-bahan dari makanan tersebut dan khasiatnya. Sehingga konsumen tidak hanya terpuaskan rasa laparnya, namun juga merasakan manfaat dari khasiat yang terkandung dalam makanan tersebut.

Indikator musik Korea yang diputar menghibur konsumen memiliki nilai *mean* terendah dibandingkan dengan indikator yang lain. Oleh sebab itu, pihak restoran 'Myoung Ga' dapat membuat konsumen terhibur dengan cara tidak hanya menayangkan berita Korea di televisi ataupun memutar musik saja namun juga bisa diganti dengan memutar *video clip*. Tujuannya agar ketika sedang menikmati makanan konsumen juga dapat terhibur dengan melihat *video clip* yang diputar oleh restoran 'Myoung Ga'.

Sedangkan, bagi penelitian selanjutnya untuk penelitian yang memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik. Selain itu, bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan kerangka penelitian ini untuk meneliti objek yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmodjo M, 2005, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, Yogyakarta, Andi.
- Canny, I.U, 2014, Measuring The Mediating Role of Dining Experience Attributes on Customer Satisfaction and Its Impact on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta, *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 5, No. 1.
- Cooper, D.R. dan P. S. Schindler, 2008, *Business Research Methods*, 10th Edition, Boston, McGraw Hill.
- Cozby, P.C. dan S. C. Bates, 2012, *Methods in Behavioral Research, Eleventh Edition*, New York, McGraw Hill.
- Ferdinand, A, 2002, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ha, J. dan S.C. Jang, 2010, Effects of Service Quality And Food Quality: The Moderating Role of Atmospherics in an Ethnic Restaurant Segment, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 29.
- Ha, J. dan S.C. Jang, 2012, The Effects of Dining Atmospherics on Behavioral Intentions Through Quality Perception, *Journal of Services Marketing*, Vol. 26 : 204-215
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. dan Anderson, R.E, 2010, *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- Hawkins dan Mothersbaugh, 2013, *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, Twelfth Edition, McGraw – Hill International Edition.

- Iacobucci, D, 2010, Structural Equations Modeling: Fit Indices, Sample Size, and Advanced Topics, *Journal of Consumer Psychology* 20, 90-98.
- Isyanto, P., Asep, M., Irma, E, 2012, Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Rental DVD Pada Perusahaan Jasa Rental DVD Club Cabang Tuparev-Karawang, *Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 4.
- Kheng, L.L., Mahamad, O., Ramayah, T., Mosahab, R, 2010, The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 2, No. 2.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2007, *Marketing An Introduction*, Eighth Edition, Upper Saddle River, Pearson Education.
- Kotler, P. dan K. L. Keller, 2006, *Marketing Management*, 12th Edition, Upper Saddle River, Pearson Education.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2013, *Principles of Marketing*, Fourteenth Edition, Pearson Education Ltd.
- Kotler, P. dan K. Keller, 2012, *Marketing Management*, Fourteenth Edition, Pearson Education Ltd.
- Kuncoro, M., 2003, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta, Erlangga.
- Lovelock, C. dan L.K. Wright, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, PT Indeks.
- Malhotra, N.K., 2007, *Marketing Research An Applied Orientation*, Fifth Edition, Pearson Education Inc
- Musanto, T, 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2.
- Namkung, Y., Jang, S., 2007. Does food quality really matter in restaurant: its impact of customer satisfaction and behavioral intentions? *Journal of Hospitality and Tourism Research* 31 (3), 387–410
- Ping, R.A, 1995, A Parsimonious Estimating Technique for Interaction and Quadratic Latent Variables, *Journal of Marketing Research*, Vol. 32, No. 3:336-347.

- Purwanto, 2010, *Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Sahari, Basir, dan Jangga, 2012, Factor of Food Dimension Affecting Customer Satisfaction In Family Restaurant, University Teknologi Mara, 3rd *INTERNATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND ECONOMIC RESEARCH*.
- Schiffman, L.G. dan L. L. Kanuk, 2010, *Consumer Behavior*, 10th Edition, Pearson Education Inc.
- Sekaran. U. dan R. Bougie, 2010, *Research Methods for Business*, Fifth Edition, A John Wiley and Sons Ltd.
- Stanton, W.J., 1986, *Prinsip Pemasaran*, 7th Edition Vol. 2, Jakarta, Erlangga.
- Sugiarto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, Deny S. Oetomo, 2001, *Teknik Sampling*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2013, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta.
- Verhoeff, P. C., Franses, P. H., & Hoekstra, J. C. 2002. The effect of relational constructs on customer referrals and number of services purchased from a multiservice provider: Does age of relationship matter?. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 3: 202-216
- Wijanto, S.H., 2008, *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8: Konsep dan Tutorial*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Yazid, 2005, *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Yogyakarta, Ekonisia.
- http://jatim.bps.go.id/index.php?hal=publikasi_detil&id=30 (diunduh pada tanggal 11 September 2014)
- http://jatim.bps.go.id/index.php?hal=publikasi_detil&id=4 (diunduh pada tanggal 11 September 2014)
- http://jatim.bps.go.id/index.php?hal=publikasi_detil&id=53 (diunduh pada tanggal 11 September 2014)

- <http://gopanganlokal.miti.or.id/index.php/peran-strategis-industri-kuliner-bagi-pertumbuhan-ekonomi> (diunduh pada tanggal 11 September 2014)
- <http://www.unileverfoodsolutions.co.id/layanankami/your-guests/service-importance> (diunduh pada tanggal 12 September 2014)
- <http://kabar24.bisnis.com/read/20120103/78/58588/bisnis-restoran-di-surabaya-kian-marak> (diunduh pada tanggal 12 September 2014)
- <http://www.foodgrapher.com/2012/11/myoung-ga-korean-restaurant-surabaya.html> (diunduh pada tanggal 12 September 2014)
- http://www.parekraf.go.id/userfiles/file/E_1%20Perkembangan%20Usaha%20Restoran%20-%20RM%20Besar%20dan%20Menengah%202008%20-%202012.pdf (diunduh 15/09/2014)
- http://www.bps.go.id/hasil_publicasi/stat_restoran_2011/index3.php?pub=Publikasi%20%20Statistik%20Restoran (diunduh pada tanggal 16 September 2014)
- http://www.bps.go.id/hasil_publicasi/stat_resto_2012/index3.php?pub=Statistik%20restoran%20rumah%20Makan%202012 (diunduh pada tanggal 16 September 2014)
- <http://gov.indonesiakreatif.net/research/kontribusi-ekonomi-kreatif-terhadap-pdb-indonesia/> (diunduh pada tanggal 17 September 2014)
- http://jatim.bps.go.id/index.php?hal=brs_2013 (diunduh pada tanggal 17 September 2014)
- http://smart.surabaya.go.id/?page_id=253 (diunduh pada tanggal 23 September 2014)
- <Repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/60761/BAB%20II%20Tinjauan%200Pustaka.pdf?sequence=3> (diunduh pada tanggal 24 September 2014)
- <https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0CEMQFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.surabaya.go.id%2Fregulasi%2Fdetail.php%3Fid%3D23&ei=OWwqVMvNAPtmuQTuy4GICg&usq=AFQjCNFhrguNRuSAuntZI7NZITv6m-E5IQ&bvm=bv.76477589,d.c2E> (Keputusan Menteri Kepariwisataaan) (diunduh pada tanggal 30 September 2014)

<http://nasional.kompas.com/read/2008/04/10/01501686/ahn.nyong.haseyo> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://hiburan.kompasiana.com/musik/2013/10/28/korean-wave-menguntungkan-atau-merugikan-603140.html> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://www.initips.com/2013/09/pengaruh-trend-kpop-di-indonesia.html> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://warungkopi.okezone.com/showthread.php?89090-Pengaruh-Trend-Kpop-di-Indonesia-Pada-Remaja> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://lifestyle.bisnis.com/read/20140316/223/211061/k-pop-gangnam-style-dorong-menjamurnya-korean-food> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://www.tempo.co/read/news/2012/11/30/219445120/K-Pop-Cara-Mudah-Masuk-Budaya-Asli-Korea> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://areamagz.com/article/read/2012/11/26/kuliner-korea-mempromosikan-ke-tingkat-dunia> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://www.pegipegi.com/travel/kuliner-korea-makin-populer-di-indonesia-kenapa-ya/> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://www.tempo.co/read/news/2012/11/30/219445118/Mengapa-Demam-Korea-Merajalela-di-Indonesia> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://life.viva.co.id/news/read/544576-mengenal-lebih-jauh-budaya-korea-selatan> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)

<http://citizen6.liputan6.com/read/479145/positif-negatif-tren-hallyu-di-indonesia> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2014)