

**PENGARUH *DINING EXPERIENCE* TERHADAP
*CUSTOMER SATISFACTION***

(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi
Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



Oleh

Nadia Sapitri

NIM. 1601180

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2021

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH *DINING EXPERIENCE* TERHADAP
*CUSTOMER SATISFACTION***

**(Survei terhadap Konsumen yang Pernah Bersantap di Rumah Makan khas
Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)**

Oleh
Nadia Sapitri
1601180

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

© Nadia Sapitri, 2021
Universitas Pendidikan Indonesia
Juni, 2021

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *DINING EXPERIENCE* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION

(Survei terhadap Konsumen yang Pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi
Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I



Gitasiswhara, SE., Par., MM
NIP. 19730510 200812 1 002

Pembimbing II



Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.pd
NIP. 92019021 989041 2 101

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Pemasaran Pariwisata



Yeni Yuniawati, S.Pd., MM
NIP. 19810608 200604 2 001

Tanggung Jawab Yuridis

Ada Pada Penulis



Nadia Sapitri
NIM. 1601180

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Dining Experience Terhadap Customer Satisfaction**" (Survei terhadap Konsumen yang Pernah Bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19) ini beserta seluruh isinya adalah benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tangerang Selatan, 06 Juni 2021
Yang Membuat Pernyataan



Nadia Sapitri
NIM. 1601180

ABSTRAK

Nadia Sapitri, 1601180, “Pengaruh *Dining Experience* terhadap *Customer Satisfaction* (Survei Terhadap Konsumen Yang Pernah Bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)” di bawah bimbingan Gitasiswhara, SE., Par., MM. dan Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *dining experience* terhadap *customer satisfaction* di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli. Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) yang digunakan adalah *dining experience* yang terdiri dari *food quality*, *service quality*, *quality of environment*, dan *price fairness* serta variabel terikat (Y) yaitu *customer satisfaction*. Metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan pendekatan *cross sectional method* dengan jumlah sampel sebanyak 120 yang terdiri dari konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli pada masa pandemic Covid-19. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Skala yang digunakan adalah skala likert. Berdasarkan pengujian diperoleh hasil secara simultan *dining experience* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Pelaksanaan *dining experience* di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli, *food quality* mendapatkan nilai tertinggi dan dimensi *price fairness* mendapatkan nilai terendah. Kemudian tanggapan mengenai *customer satisfaction* di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli berada pada kategori tinggi, dimensi *food quality* mendapatkan nilai tertinggi dan dimensi *price fairness* mendapatkan penilaian terendah. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara *customer satisfaction* dan *customer satisfaction*.

Kata Kunci : *Dining Experience*, *Customer Satisfaction*, dan Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli

ABSTRACT

Nadia Sapitri, 1601180, “The Impact of Dining Experience Towards Customer Satisfaction (A survey of Consumer Who Have Dine at Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli during Covid-19 Pandemic)” on guidance by Gitasiswhara, SE., Par., MM. and Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.Pd.

This research is aimed to analyze the impact of dining experience towards customer satisfaction on Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli. In this research, the independent variable (X) is dining experience which consist of food quality, service quality, quality of environment, and price fairness and along with dependent variable (Y) which is customer satisfaction. The research method used is the explanatory survey with a cross sectional method approach with a sample amount of 120 consisting of consumer who have dine at Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli during Covid-19 pandemic. Data analysis technique and hypothesis test in this research is path analysis. The scale used is the Likert scale. Based on test, the simultaneous result shows that dining experience has a significant impact on customer satisfaction. Food quality gain the highest score while the price fairness is the lowest score on research as the sub variable of independent variable. The customer satisfaction at Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli is also the highest score in the category, by the food quality as highest score and the price fairness as the lowest one. In conclusion, this research approved that there is a big impact towards each other among the dining experience and customer satisfaction.

Keywords : Dining Experience, Customer Satisfaction, and Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli

Nadia Sapitri, 2021
PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Dining Experience* terhadap *Customer Satisfaction*” (Survei terhadap konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19) ini sebagai salah satu syarat kelulusan di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh temuan mengenai gambaran *dining experience* dan memperoleh temuan mengenai *customer satisfaction* pada konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli pada masa pandemic Covid-19.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu baik dalam proses penelitian maupun dalam proses penyusunan hasil penelitian ini, diantaranya ialah pihak manajemen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli sebagai narasumber yang senantiasa terbuka dalam berdiskusi memberikan informasi, para responden yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan tanggapan mengenai Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli dan tentunya dosen pembimbing yang membantu mengarahkan penyusunan skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca demi perbaikan dan evaluasi untuk penelitian yang semakin baik di masa mendatang.

Tangerang Selatan, Juni 2021

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia dan kasih sayang-Nya sehingga dengan penuh rasa syukur penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan atas kerjasama dan juga bantuan dari berbagai pihak, khususnya kehadiran orang-orang yang berarti bagi hidup penulis, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial beserta jajarannya.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Gitasishwara, SE.Par., MM selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan, saran, motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan juga motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Oce Ridwanudin, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan motivasi selama menjalani perkuliahan ini.
7. Dosen tetap Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Ibu HP Diyah Setiyorini, MM, Ibu Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM, Ibu Dewi Pancawati Novalita, S.Pd.,MM, Bapak Taufik Abdullah, S.E., MM.Par., CHE, Bapak Rijal Khaerani, S.Si., M.Stat. Par dan dosen pengampu mata kuliah di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yangtelah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Ibu Isti selaku *staff* administrasi akademik Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang telah membantu segala proses administrasi akademik, pada masa kuliah maupun proses penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Zulkarnaen selaku Manager Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli dan seluruh karyawan yang telah meluangkan waktunya dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat seperjuangan Esti Dwi Saputri S.Par, Farah Diel Amanda Putri S.Par, Helmina Oktaviani Putri S.Par, Risna Melawati S.Par yang selalu membantu, menemani, dan memberikan keceriaan sejak awal masuk kuliah hingga saat ini, menyemangati serta mendoakan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.

Nadia Sapiti, 2021
PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

11. Sahabat tersayang Dhea Sekar Maharani, Abich Govinda, Putri Ragil Oktiyaningrum, Hafilda Nisma Hidayati, Prayoga Dwi Wibowo, Gelatika Prayogo yang selalu mendengarkan keluh kesal penulis, memberikan kebahagiaan, dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
12. Rekan satu angkatan yaitu keluarga besar Manajemen Pemasaran Pariwisata angkatan 2016 yang menjadi sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu menyemangati, saling membangun dengan kritik serta saran selama menempuh Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Secara khusus penulis ucapkan terimakasih yang tak henti-hentinya kepada kedua orang tua terhebat dan tercinta, Ayah E.Komarudin dan Ibu Entin yang selalu memberikan dukungan, do'a, semangat, serta cinta dan kasih sayang yang tak terhingga sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga untuk Kakak tersayang Anggi Rukmana Amd.Ak dan Adik tersayang Nura Tri Anugrah selalu memberikan semangat dan do'a untuk penulis menyelesaikan skripsi. Juga, untuk tunangan tersayang Yandi Maulana yang selalu ada disamping penulis menemani, mendengarkan keluh-kesah, memberi semangat, do'a dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memerikan balasan dan pahala serta Rahmat-Nya yang setimpal atas kebaikan, doa, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Aamiin yaRabbal'Alamin.

Tangerang Selatan, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Konsep <i>Customer Satisfaction</i>	9
2.1.2 Konsep <i>Dining Experience</i>	13
2.1.3 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kerangka Pemikiran	17
2.3 Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Objek Penelitian.....	23
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	24
3.2.2 Overasional Variabel	24
3.2.3 Jenis dan Sumber Dara.....	27
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	28
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	32
3.2.7 Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Profil Perusahaan, Karakteristik, dan Pengalaman Konsumen	
4.1.1 Profil Rumah Makan Babeh Sadeli	49
4.1.2 Profil Konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.....	50
4.2 Tanggapan Konsumen Terhadap <i>Dining Experience</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.....	56
4.2.1 Tanggapan Konsumen terhadap <i>Food Quality</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Perceived</i>).....	57

Nadia Sapitri, 2021

PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Covid-19)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.2.2	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Service Quality</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Perceived</i>)	58
4.2.3	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Quality of Environment</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Perceived</i>)	59
4.2.4	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Price Fairness</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Perceived</i>)	60
4.3	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.....	61
4.3.1	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Food Quality</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Expected</i>)	61
4.3.2	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Service Quality</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Expected</i>).....	62
4.3.3	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Quality of Environment</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Expected</i>)	64
4.3.4	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Price Fairness</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Expected</i>).....	65
4.4	Pengujian Hipotesis.....	66
4.4.1	Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	66
4.4.2	Hasil Uji Korelasi dan Determinasi.....	69
4.4.3	Hasil Pengujian Koefisien Analisis Jalur/ <i>Path Analysis</i>	70
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	77
4.5.1	Gambaran Tingkat <i>Dining Exoerience</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	77
4.5.2	Gambaran Tingkat <i>Customer Satisfaction</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli.....	79
4.5.3	Pengaruh <i>Dining Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	81
4.6	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	83
4.6.1	Temuan Bersifat Teoritik	83
4.6.2	Temuan Bersifat Empirik.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Rekomendasi.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		89
LAMPIRAN.....		93

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Jumlah Usaha Kuliner di Beberapa Daerah di Tangerang Selatan	2
1.2	Jumlah Konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	3
1.3	Data Komplain Konsumen Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	5
2.1	Definisi <i>Customer Satisfaction</i> Menurut Para Ahli	11
2.2	Definisi <i>Dining Experience</i> Menurut Para Ahli	14
2.3	Penelitian Terdahulu Mengenai Pengaruh <i>Dining Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
3.1	Operasional Variabel	25
3.2	Jenis dan Sumber Data	28
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.4	Hasil Pengujian Validitas <i>Dining Experience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	35
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Dining Experience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	37
3.6	Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert	39
3.7	Interpretasi Besarnya Koefisien Kolerasi	43
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Frekuensi Berkunjung	51
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia dan Frekuensi Berkunjung	52
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan dan Frekuensi Berkunjung	52
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan dan Frekuensi Berkunjung	53
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Asal Tinggal dan Frekuensi Berkunjung	53
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Sumber Informasi dan Frekuensi Berkunjung	54
4.7	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Teman Berkunjung dan Frekuensi Berkunjung	55
4.8	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan dan Frekuensi Berkunjung	55
4.9	Pengalaman Konsumen Setelah Berkunjung dan Bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	56

4.10	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Food Quality</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>perceived</i>)	57
4.11	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Service Quality</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Perceived</i>)	58
4.12	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Quality of Environment</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Perceived</i>)	59
4.13	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Prce Fairness</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Perceived</i>)	60
4.14	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Food Quality</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Expected</i>)	61
4.15	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Service Quality</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Expected</i>)	63
4.16	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Quality of Environment</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Expected</i>)	64
4.17	Tanggapan Konsumen terhadap <i>Price Fairness</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli (<i>Expected</i>)	65
4.18	Hasil Uji Normalitas	66
4.19	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4.20	Hasil Uji Linearitas	68
4.21	Hasil Uji Autokorelasi	68
4.22	Hasil Uji Multikolinearitas	69
4.23	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	70
4.24	Matriks Korelasi	71
4.25	Hasil Uji Stimulus (Uji F)	72
4.26	Hasil Pengujian Koefisien (Uji t)	73
4.27	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Dining experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	76
4.28	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen terhadap <i>Dining Experience</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	78
4.29	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	80
4.30	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i>	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	<i>Process of Consumer Decision-Making</i>	11
2.2	<i>Model Customer Satisfaction</i>	13
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Dining Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.4	Paradigma Pengaruh <i>Dining Experience</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	21
3.1	Diagram Jalur Hipotesis	44
3.2	Diagram Struktur Sub Hipotesis	45
4.1	Logo Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	49
4.2	Diagram Struktur Pengujian Sub Hipotesis	74
4.3	Garis Kontinum <i>Dining Experience</i> di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Kuesioner Penelitian	93
2	Progres Bimbingan Daring Pembimbing I	98
3	Progres Bimbingan Daring Pembimbing II	99
4	Koding Identitas Responden Konsumen Rumah Makan Khas Betawi Babeh Sadeli	100
5	Koding Pengalaman Variabel <i>Dining Experience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	103
6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	111
7	Hasil Output SPSS-Uji Asumsi Klasik	114

DAFTAR PUSTAKA

- Alhelalat, J. A., Habiballah, M. A., & Twaissi, N. M. (2017). The impact of personal and functional aspects of restaurant employee service behaviour on customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 66, 46–53. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.07.001>
- Amegbe, H., & Osakwe, C. N. (2018). *Towards achieving strong customer loyalty in the financial services industry Ghanaian top banks ' customers as a test case*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2017-0120>
- Asperen, M. Van, Rooij, P. De, & Dijkmans, C. (2017). *Engagement-Based Loyalty : The Effects of Social Media Engagement on Customer Loyalty in the Travel Industry Engagement-Based Loyalty : The Effects of Social Media*. 6480(May). <https://doi.org/10.1080/15256480.2017.1305313>
- Butt, H. S., & Murtaza, M. (2011). Measuring Customer Satisfaction w.r.t Restaurant Industry in Bahawalpur. *European Journal of Business and Management Wwww.Iiste.Org ISSN*, 3(5), 54–65. www.iiste.org
- 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*. 5(1). <https://doi.org/10.7763/IJIMT.2014.V5.480>
- Castillo, J. (2017). The relationship between big five personality traits, customer empowerment and customer satisfaction in the retail industry. *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(2), 11–29.
- Chang, C.-C., & Hung, J.-S. (2018). *The effects of service recovery and relational selling behavior on trust , satisfaction , and loyalty*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2017-0160>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). Business research methods. In *Business* (Issue 2000, p. 38). <http://130.209.236.149/headocs/31businessresearch.pdf>
- Devindiani, E., & Wibowo, L. A. (2016). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION SERTA DAMPAKNYA PADA CUSTOMER LOYALTY (Survei pada Pengguna Smartphone di Komunitas Online Apple dan Samsung Regional Bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 149–159. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2284>
- Dwaikat, N. Y., Khalili, S. A., Hassis, S. M., & Mahmoud, H. S. (2019). Customer Satisfaction Impact on Behavioral Intentions: The Case of Pizza Restaurants in Nablus City. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 20(6), 709–728. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1616040>
- El-Adly, M. I. (2018). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, xxxx, 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>
- Ghaderi, Z., Hatamifar, P., & Khalilzadeh, J. (2018). Analysis of tourist satisfaction in tourism supply chain management. *Anatolia*, 29(3), 433–444. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1439074>

Nadia Sapiti, 2021

PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Gumilar, R., & Henny, H. (2020). *TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN DI LAUNDRY MENGGUNAKAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) Rival Gumilar 1), Henny Henny 2).* 3.
- Han, H., & Ryu, K. (2009). The roles of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the restaurant industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(4), 487–510. <https://doi.org/10.1177/1096348009344212>
- Ismail, S. (2012). *Customer Satisfaction in Malaysian Malay Restaurants Dining Experience. July.*
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2013). The role of customer satisfaction and image in gaining customer loyalty in the hotel industry. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 10(1–2), 3–25. https://doi.org/10.1300/J150v10n01_02
- Kim, W., Kim, H., & Hwang, J. (2020). Sustainable growth for the self-employed in the retail industry based on customer equity, customer satisfaction, and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(August 2019). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101963>
- Kombo, F. (2015). Customer satisfaction in the Kenyan banking industry. *Journal of International Studies*, 8(2), 174–186. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2015/8-2/15>
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism, 5/e.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *A FRAMEWORK FOR MARKETING MANAGEMENT*. http://www.ghbook.ir/index.php?name=دومین مقالات مجموعه و تلویزیون رسانه سراسری اندیشی هم و تسکو لاریسم&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13629&page=108&chkhask=03C706812F&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component
- Kotler, P., & Keller, S. B. (2016b). *Marketing Management, Millenium Edition.*
- Lanier, C. D. (2008). Experiential Marketing: Exploring The Dimensions, Characteristics, And Logic Of Firm-Driven Experiences. *Clinton D. Lanier, Jr.*, 24(10), 24–26. <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/02580540810907092>
- Liu, Y., & Jang, S. C. (Shawn). (2009). The effects of dining atmospherics: An extended Mehrabian-Russell model. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 494–503. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.01.002>
- Malhotra, N. K., & David, F. B. (2013). *An Applied Approach Updated Second European Edition.*
- McDaniel, & Roger, G. (2015). *Marketing Research.*
- Minh, N. H., Thu Ha, N., Chi Anh, P., & Matsui, Y. (2015). Service quality and customer satisfaction: A case study of hotel industry in Vietnam. *Asian Social Science*, 11(10), 73–85. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n10p73>
- Murali, S., Pugazhendhi, S., & Muralidharan, C. (2016). Modelling and Investigating the relationship of after sales service quality with customer satisfaction, retention and loyalty - A case study of home appliances business. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 67–83.

Nadia Sapiti, 2021

PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.001>
- Muskat, B., Hörtnagl, T., Prayag, G., & Wagner, S. (2019). Perceived quality, authenticity, and price in tourists' dining experiences: Testing competing models of satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 25(4), 480–498. <https://doi.org/10.1177/1356766718822675>
- Muskat, B., & Wagner, S. (2019). *Perceived quality , authenticity , and price in tourists ' dining experiences : Testing competing models of satisfaction and behavioral intentions*. <https://doi.org/10.1177/1356766718822675>
- Ojo, B. Y., & Omoh, B.-J. (2014). *Dining Experience and Customers' Satisfaction in Fast Food Industry*. 7(2), 1–12.
- Petzer, D., & Mackay, N. (2014). Dining Atmospherics and Food and Service Quality as Predictors of Customer Satisfaction at Sit-down Restaurants. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3(2), 1–14. http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_37_vol_3_2_nov_2014.pdf
- Reynolds, J. S., & Hwang, J. (2006). Influence of age on customer dining experience factors at U.S. Japanese restaurants. *Tourismos*, 1(2), 29–43.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34(3), 310–329. <https://doi.org/10.1177/1096348009350624>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (Issue 23).
- Schjøll, A., & Alfnes, F. (2017). Eliciting consumer preferences for credence attributes in a fine-dining restaurant. *British Food Journal*, 119(3), 575–586. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0264>
- Schmitt, B. (2011). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. *Foundations and Trends in Marketing*, 5(2), 55–112. <https://doi.org/10.1561/17000000027>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, 3336–3336. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Smilansky, S. (2009). Experiential Marketing. In *Journal of Marketing* (Vol. 15).
- Sota, S., Chaudhry, H., & Srivastava, M. K. (2019). Customer relationship management research in hospitality industry: a review and classification. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 0(0), 1–26. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1595255>
- Stanujkic, D., Karabasevic, D., Zavadskas, E. K., Smarandache, F., & Cavallaro, F. (2019). An approach to determining customer satisfaction in traditional Serbian restaurants. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(3), 1127–1138. [https://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3\(5\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.3(5))
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta. *Refugee Children: Towards the Next Horizon*, Cl, 1–214. <https://doi.org/10.4324/9780203935996>
- Suhud, U., Allan, M., Wibowo, S. F., Sabrina, E., & Willson, G. (2020). Measuring

Nadia Sapiti, 2021

PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(Survei terhadap Konsumen yang pernah bersantap di Rumah Makan khas Betawi Babeh Sadeli Pada Masa Pandemic Covid-19)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- customer satisfaction of a café and coffee shop colony at a traditional market. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(1), 78–94. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1686897>
- Tikkanen, H. (2002). *Customer satisfaction in industrial markets : opening up the concept*. 17(1), 25–42. <https://doi.org/10.1108/08858620210415181>
- Varsanis, K., Belias, D., Kakkos, N., Chondrogiannis, M., Rossidis, I., & Mantas, C. (2019). *The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction on Luxurious Hotels So to Produce Error-Free Service*. 67–76. https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3_8
- Venugopal, P. (2017). Marketing Management: A Decision-making Approach. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 110, Issue 9).
- Widyaningrum, N., & Widiyanti, N. (2019). *European Journal of Management and Marketing Studies THE IMPROVEMENT OF CUSTOMER SATISFACTION ON SERVICES OF SHIPPING AGENCY IN SHIPPING COMPANY - A SURVEY OF PT . SAMUDERA PERDANA SELARAS SEMARANG , INDONESIA*. 99–112. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2636991>
- Wulan, E. R., & Husaeni, U. A. (2016). Analysis of the Variables that Affect Bookstore Customer Satisfaction. *International Journal of Nusantara Islam*, 3(2), 27. <https://doi.org/10.15575/ijni.v3i2.484>
- Yong, C. K., Siang, D. O. C., Lok, T. W., & Kuan, W. Y. (2013). *Factor Influencing Dining Experience On Customer Satisfaction and Revisit Intention*. April.
- Yuliantoro, N., Goeltom, V., Juliana, Bernarto, I., Pramono, R., & Purwanto, A. (2019). Repurchase intention and word of mouth factors in the millennial generation against various brands of Boba drinks during the Covid 19 pandemic. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), 1–11.
- Zhang, Q., Cao, M., Zhang, F., Liu, J., & Li, X. (2020). Effects of corporate social responsibility on customer satisfaction and organizational attractiveness: A signaling perspective. *Business Ethics*, 29(1), 20–34. <https://doi.org/10.1111/beer.12243>