

**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN  
RUMAH MAKAN PONYO CINUNUK MELALUI ATRIBUT  
RESTORAN**

(Survei pada Konsumen yang Menunjungi Rumah Makan Ponyo Cinunuk)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



Oleh

**Syahla Fauzatis Syuhud**

**1504817**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2019**

Syahla Fauzatis Syuhud, 2019

*UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN PONYO CINUNUK MELALUI  
ATRIBUT RESTORAN*

Universitas Pendidikan Indonesia | [Repository.upi.edu](http://Repository.upi.edu) | [Perpustakaan.upi.edu](http://Perpustakaan.upi.edu)

## **LEMBAR HAK CIPTA**

### **UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN PONYO CINUNUK MELALUI ATRIBUT RESTORAN**

(Survei terhadap konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Ponyo Cinunuk)

Oleh  
Syahla Fauzatis Syuhud  
1504817

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

©Syahla Fauzatis S, 2019  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Desember 2019

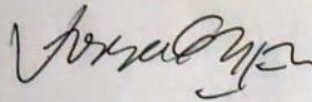
Hak cipta dilindungi Undang-Undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN  
PONYO CINUNUK MELALUI ATRIBUT RESTORAN**

(Survei terhadap konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Ponyo Cinunuk)

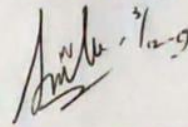
Skripsi ini disetujui dan disahkan  
oleh:

**Pembimbing I**



**Dr. Vanessa Gaffar, SE.AK,MBA.**  
NIP. 19740307 200212 2 005

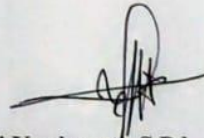
**Pembimbing II**



**Dewi Pancawati N, S.Pd, M.M.**  
NIP. 19791130 200912 2 004

Mengetahui,

**Ketua Program Studi  
Manajemen Pemasaran Pariwisata**



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

**Tanggung Jawab Yuridis  
Ada Pada Penulis**



**Syahla Fauzatis Syuhud**  
NIM. 1504817

## ABSTRAK

**Syahla Fauzatis S, 1504817, “Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk melalui Atribut Restoran”** di bawah Bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.AK,MBA., M.Pd dan Dewi Pancawati N, S.Pd, M.M

Pecinta makanan akan melakukan pencarian informasi yang luas untuk menemukan tempat yang bagus untuk makan. Konsumen akan mengevaluasi atribut yang ada lalu mengevaluasi atribut dan memprioritaskan atribut berdasarkan kepuasan konsumen tersebut. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi berdasarkan pengalaman. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh atribut restoran terhadap kepuasan konsumen di RM Ponyo Cinunuk. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi RM Ponyo Cinunuk. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 400 responden. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian memperoleh hasil bahwa secara simultan atribut restoran berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, keempat dimensi yakni *value*, *service*, *atmosphere* dan *food* terdapat pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: Atribut Restoran, Kepuasan Konsumen, Rumah Makan Ponyo Cinunuk

## ABSTRACT

**Syahla Fauzatis S, 1504817, "Efforts to Increase Customer Satisfaction in Ponyo Cinunuk Restaurant through Restaurant Attributes"** under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE.AK, MBA., M.Pd and Dewi Pancawati N, S.Pd, M.M

Food lovers will do extensive information searches to find good places to eat. Customers will evaluate existing attributes and then evaluate attributes and prioritize attributes based on customer satisfaction. The results of previous studies indicate that customers satisfaction is influenced by experience. This research was conducted to determine the effect of restaurant attributes on customers satisfaction at RM Ponyo Cinunuk. This research method uses descriptive and verification methods. The data collection technique used was a questionnaire. The population of this study are consumers who have visited RM Ponyo Cinunuk. The sampling technique uses nonprobability sampling that is using purposive sampling technique with a sample size of 400 respondents. The statistical analysis used in this study is multiple linear regression analysis techniques. Based on the test results obtained that simultaneously the restaurant attributes significantly influence consumer satisfaction. Partially, the four dimensions namely value, service, atmosphere and food have a significant effect.

Keywords: Restaurant Attributes, Customer Satisfaction, Ponyo Cinunuk Restaurant

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR HAK CIPTA.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penulisan.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Konsep Atribut Restoran dalam <i>Tourism</i> dan <i>Hospitality</i> <i>Marketing</i> .....	10
2.1.1.1 Definisi Atribut Restoran.....	11
2.1.1.2 Dimensi Atribut Restoran.....	12
2.1.2 Konsep Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.2.1 Definisi. Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.2.2 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.2.3 Model Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.2.4 Metode Pengukur Kepuasan.....	23
2.1.3 Hubungan antara Kepuasan Konsumen dan Atribut Restoran.....	25
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	26

2.2 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3 Hipotesis Penelitian.....	33
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Objek Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian.....	35
3.2.1.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2.1.2 Metode Penelitian.....	35
3.2.2 Operasioal Variabel.....	36
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	40
3.2.4.1 Populasi.....	40
3.2.4.2 Sampel.....	40
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	41
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.2.6.1 Pengujian Validitas.....	43
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	46
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	47
3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif.....	48
3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif.....	48
3.2.7.3 Rancangan Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.2.7.4 <i>Impotance Performance Analysis (IPA)</i> .....	52
3.2.8 Pengujian Hipotesis.....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1 Profil, Karakteristik, dan Pengalaman Konsumen.....	58
4.1.1 Profil Perusahaan.....	58
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	58
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	58
4.1.1.3 Produk yang Ditawarkan.....	59
4.1.1.4 Visi Perusahaan.....	60
4.1.1.5 Misi Perusahaan.....	60

4.1.2	Profil Konsumen Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	60
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	61
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Rata-Rata Pendapatan.....	62
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi.....	62
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman.....	63
4.1.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi dan Intensitas Berkunjung.....	64
4.1.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Hal Disukai dan Lama Berkunjung.....	64
4.1.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Biaya yang Dikeluarkan.....	66
4.2	Gambaran Atribut Restoran di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	67
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Atribut Restoran di Rumah Makan Ponyo Cinunuk Berdasarkan <i>Value</i> .....	68
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Atribut Restoran di Rumah Makan Ponyo Cinunuk Berdasarkan <i>Service</i> .....	66
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Atribut Restoran di Rumah Makan Ponyo Cinunuk Berdasarkan <i>Atmosphere</i> .....	70
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Atribut Restoran di Rumah Makan Ponyo Cinunuk Berdasarkan <i>Food</i> .....	71
4.2.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Atribut Restoran di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	73
4.3	Gambaran Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	71
4.3.1	Tanggapan Responde Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.3.2	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	72
4.4	Atribut Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	72
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	72



4.4.1.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	72
4.4.1.2 Hasil Uji Asumsi Heterokedastisitas.....	73
4.4.1.3 Hasil Uji Asumsi Linearitas.....	73
4.4.1.4 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi.....	74
4.4.1.5 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas.....	74
4.4.1.6 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisiensi Determinasi.....	75
4.4.2 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	77
4.4.3 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	78
4.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	79
4.4.4.1 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	79
4.4.4.2 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	79
4.4.5 Regresi Linier Berganda.....	81
4.5 Pembahasan Penelitian.....	82
4.5.1 Atribut Restoran di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	82
4.5.2 Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	84
4.5.3 Pengaruh Atribut Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	85
4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	87
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	87
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>89</b>
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Rekomendasi.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Restoran / Rumah Makan / Cafe di Kabupaten Bandung, 2019.....	3
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	4
Tabel 1.3	Hal yang membuat Konsumen Merasa Puas atau Tidak Puas Terhadap RM Ponyo Cinunuk,2019.....	5
Tabel 1.4	Rekapitulasi Penilaian Konsumen RM Ponyo Cinunuk.....	5
Tabel 1.5	Implementasi Atribut Restoran Sebelum dan Sesudah di RM Ponyo Cinunuk, 2019.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1	Operasionaliasi Variabel.....	36
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	39
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	43
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha.....	47
Tabel 3.5	<i>Customer Satisfaction Index</i> .....	53
Tabel 3.6	Kriteria Tingkat Kepuasan.....	54
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Rumah Makan Ponyo Cinunuk Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Rumah Makan Ponyo Cinunuk Berdasarkan Pekerjaan dan Rata-Rata Pendapatan.....	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Rumah Makan Ponyo Cinunuk Berdasarkan Pendidikan Tertinggi.....	62
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi dan Intensitas Berkunjung.....	62
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Hal Disukai dan Lama Berkunjung.....	63
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Biaya yang dikeluarkan.....	65
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Value</i> .....	66
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Service</i> .....	67

Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmosphere</i> .....	68
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Food</i> .....	70
Tabel 4.11	Rekapitulasi Tanggapan Terhadap Atribut Restoran di RM Ponyo Cinunuk.....	71
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	72
Tabel 4.13	Rekapitulasi Tanggapan Terhadap Kepuasan Konsumen di RM Ponyo Cinunuk.....	73
Tabel 4.14	Hasil Uji Asumsi Normalitas Menggunakan Kolomogorov – Smirnoc.....	74
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	74
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	75
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	76
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 4.20	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	80
Tabel 4.21	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	82
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ponyo Cinunuk.....	4
Gambar 2.1	<i>The Original SCSB Model</i> .....	21
Gambar 2.2	<i>The ACSI Model</i> .....	21
Gambar 2.3	<i>The Expectancy Disconfirmation Model</i> .....	22
Gambar 2.4	<i>Importance Performance Analysis Matrix</i> .....	25
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran Pengaruh Atribut Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen.....	32
Gambar 2.6	Paradigma Pengaruh Atribut Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
Gambar 3.1	Regresi Linier Berganda.....	50
Gambar 3.2	<i>Importance Performance Analysis Matrix</i> .....	56
Gambar 4.1	Logo Rumah Makan Ponyo.....	58
Gambar 4.2	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	78
Gambar 4.3	Variabel Atribut Restoran Pada Garis Kontinum.....	83

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Tit, A. A. (2015). The effect of service and food quality on customer satisfaction and hence customer retention. *Asian Social Science*, 11(23), 129–139. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n23p129>
- Anderson, S., Pearo, L. K., Widener, S. K., & Widener, S. K. (2008). Drivers of Service Satisfaction Linking Customer Satisfaction to the Service Concept. <https://doi.org/10.1177/1094670508314575>
- Bai, B., Law, R., & Wen, I. (2008). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions : Evidence from Chinese online visitors. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 391–402. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.10.008>
- Biesok, G., & Wyród-wróbel, J. (2011). CUSTOMER SATISFACTION — MEANING AND METHODS OF MEASURING Chapter II CUSTOMER SATISFACTION —.
- Bujisic, M., Hutchinson, J., & Parsa, H. G. (2014). The effects of restaurant quality attributes on customer behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(8), 1270–1291. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2013-0162>
- Chang, R. C. Y., & Mak, A. H. N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience : When East meets West, 32, 307–316. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.009>
- Davis, B., Lockwood, A., Pantelidis, I., & Alcott, P. (n.d.). *Food and Beverage Management 4th Edition* (4th ed.).
- Ha, J., & Jang, S. (Shawn). (2013a). Attributes, consequences, and consumer values. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(3), 383–409. <https://doi.org/10.1108/09596111311311035>
- Ha, J., & Jang, S. (Shawn). (2013b). Attributes, consequences, and consumer values A means-end chain approach across restaurant segments. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(3), 383–409. <https://doi.org/10.1108/09596111311311035>
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., & Kendall, K. W. (2011). Journal of Foodservice Business Fine-Dining Restaurant Selection : Direct and Moderating Effects of Customer Attributes, (November 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/15378020.2011.594388>
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., Staggs, A., & Powell, F. A. (2012). Generation Y Consumers: Key Restaurant Attributes Affecting Positive and Negative Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 36(4), 431–449. <https://doi.org/10.1177/1096348011400744>
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., & Way, K. A. (2013). Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism QSR Choice : Key Restaurant Attributes and the Roles of Gender , Age and Dining Frequency QSR Choice : Key Restaurant Attributes and the Roles of Gender , Age and Dining Frequency. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, (November 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2013.749380>
- Holloway, J. C., Humphreys, C., & Davidson, R. (2009). *THE BUSINESS OF TOURISM* (8th Editio).

- Johnson, M. D. (2001). The evolution and future of national customer satisfaction index models, 22, 217–245.
- Jung, J. M., Sydnor, S., Lee, S. K., & Almanza, B. (2015). A conflict of choice: How consumers choose where to go for dinner. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 88–98.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.007>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing. *World Wide Web Internet And Web Information Systems*, 785. <https://doi.org/10.2307/1250103>
- Kotler, P., & Bowen. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism Sixth Edition* (6th Editio). Pearson ISBN 10: 1-292-02003-2 ISBN 13: 978-1-292-02003-7.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017a). *Marketing for Hospitality and Tourism 7th edition* (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017b). *Marketing for Hospitality and Tourism 7th Edition* (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14 edition* (14th ed.). pearson.
- Liu, P., & Tse, E. C. Y. (2018). Exploring factors on customers' restaurant choice: an analysis of restaurant attributes. *British Food Journal*, 120(10), 2289–2303. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2017-0561>
- Liu, Y., & Jang, S. C. (Shawn). (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: What affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338–348.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.10.008>
- Maiyanti, S. I. (n.d.). Applied Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance-Performance Analysis (IPA) to know Student Satisfaction Level of Sriwijaya University Library Services, 7–18.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does Food Quality Really Matter in Restaurants? Its Impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387–409.  
<https://doi.org/10.1177/1096348007299924>
- Namkung, Y., & Jang, S. (Shawn). (2008). Are highly satisfied restaurant customers really different? A quality perception perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2), 142–155.  
<https://doi.org/10.1108/09596110810852131>
- Noone, B. M., Kimes, S. E., Mattila, A. S., & Wirtz, J. (2015). The Effect of Meal Pace on Customer Satisfaction, 48(3), 231–245.  
<https://doi.org/10.1177/0010880407304020>
- Ponnam, A., & Balaji, M. S. (2014). Matching visitation-motives and restaurant attributes in casual dining restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.10.004>
- Pratminingsih, S. A., & Puspitasari, D. M. (2015). DEVELOPING BANDUNG AS CULINARY DESTINATION. In *The Fourth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2015)* (pp. 978–979).
- Rhee, H. T., Yang, S. B., & Kim, K. (2016). Exploring the comparative salience of restaurant attributes: A conjoint analysis approach. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1360–1370.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.001>

- Ryu, K., Han, H., & Jang, S. (Shawn). (2010). Relationships among hedonic and utilitarian values, satisfaction and behavioral intentions in the fast- casual restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(3), 416–432. <https://doi.org/10.1108/09596111011035981>
- Ryu, K., Han, H., & Kim, T. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image , perceived value , customer satisfaction , and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 459–469. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.11.001>
- Ryu, K., & Jang, S. (2008). Influence of restaurant’s physical environments on emotion and behavioral intention. *Service Industries Journal*, 28(8), 1151–1165. <https://doi.org/10.1080/02642060802188023>
- Su, C. (2013). An Importance-Performance Analysis of Dining Attributes : A Comparison of Individual and Packaged Tourists in Taiwan An Importance-Performance Analysis of Dining Attributes : A Comparison of Individual and Packaged Tourists in Taiwan, (October 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.695281>
- Wang, Y. (2016). *More Important than Ever: Measuring Tourist Satisfaction. Griffith Institute for Tourism Research Report Series (Vol. 10).*
- Wardhani, E. K. (2006). PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN JASA PENERBANGAN ( STUDI KASUS PADA JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA SEMARANG - JAKARTA ). *JURNAL STUDI MANAJEMEN & ORGANISASI*, 3.
- Weiss, R., & Feinstein, A. H. (2004). Journal of Foodservice Customer Satisfaction of Theme Restaurant Attributes and Their Influence on Return Intent, (November 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1300/J369v07n01>
- Yola, M., & Budianto, D. (2013). PELAYANAN DAN HARGA PRODUK PADA SUPERMARKET DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS ( IPA ), 301–309.
- Zagreb, P. I. (2019). POSLOVNA IZVRSNOST ZAGREB, GOD. XIII (2019) BR. 1 Mikulik J.: Derived-importance performance analysis as a tool to identify priorities..., 77–86.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm (7th Editio).*
- Zhang, Z., Zhang, Z., & Law, R. (2014). Positive and Negative Word of Mouth about Restaurants: Exploring the Asymmetric Impact of the Performance of Attributes. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 162–180. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.735680>