

Lampiran 1 : Kuesioner

No. Responden:....

KUESIONER

Untuk Responden,
Perkenalkan nama saya David Kristianto, saya adalah mahasiswa Magister Manajemen, Universitas Kristen Petra Surabaya, Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan studi S2 saya dengan judul “**PENGARUH PHYSICAL DINING ENVIRONMENT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION GENERASI Y PADA COFFEE SHOP DI SURABAYA, DENGAN COFFEE PRESENTATION SEBAGAI VARIABEL MODERASI**”. Dengan ini saya harapkan partisipasi dari anda untuk mengisi kuesioner ini. Peneliti menjamin kerahasiaan data yang Anda berikan, dan hanya digunakan untuk keperluan akademik saja. Terimakasih atas waktu yang diberikan!

Instruksi pengisian : beri tanda (X) pada jawaban yang anda pilih.

A. Pertanyaan pemilah

1. Apakah anda pernah berkunjung minimal disalah satu dari *coffee shop* dibawah ini ?
 - a. Starbucks *coffee*
 - b. Redback *specialty coffee*
 - c. Common Ground
 - d. Caturra espresso
 - e. Monopole coffee lab
 - f. Calibre coffee roasters
 - g. Tidak pernah (stop di sini, terima kasih)
2. Usia:
 - a. ≤ 18 tahun (stop di sini, terima kasih)
 - b. 23 – 24 tahun
 - c. 25 – 30 tahun
 - d. 31 – 38 tahun
 - e. ≥ 38 tahun (stop di sini, terima kasih)
3. Berapa kali Anda mengunjungi *coffee shop* dalam kurun waktu 1 minggu terakhir?
 1. ≤ 1 (stop di sini, terima kasih)
 2. 2 - 3 kali
 3. 4 – 5 kali
 4. ≥ 6

B. Profil Responden

3. Jenis Kelamin :
 1. Laki – laki
 2. Perempuan
4. Pekerjaan :
 1. Pelajar
 2. Wiraswasta
 3. Karyawan
 4. Pelayan Publik
 5. Profesional (Guru, Dokter, Dosen)
 6. lainnya :.....
5. Pendapatan/ bulan :
 1. $\leq$ Rp. 4.000.000
 2. Rp. 4.000.000 – 8.000.000
 3. Rp. 8.000.001 – Rp. 12.000.000
 4. $\geq$ Rp. 12.000.000

Instruksi pengisian : beri tanda (✓) pada kolom jawaban yang telah disediakan.
Berikut adalah skala penilaian untuk mengukur jawaban anda,

Lampiran 1 : Kuesioner (sambungan)

- | | | | |
|---------|----------------------------------|--------|------------------------|
| 1. STSS | = Sangat Tidak Setuju Sekali | 5. S | = Setuju |
| 2. STS | = Sangat Tidak Setuju | 6. SS | = Sangat Setuju |
| 3. TS | = Tidak Setuju | 7. SSS | = Sangat Setuju Sekali |
| 4. ASTS | = Antara Setuju dan Tidak Setuju | | |

No.	Pernyataan	Tingkat Penilaian						
		STSS	STS	TS	ASTS	S	SS	SSS
1	Kebersihan ruangan di <i>coffee shop</i> membuat saya betah berada didalamnya.							
2	Pencahayaan ruangan membuat saya betah berada di <i>coffee shop</i> .							
3	Musik yang diputar membuat saya betah berada di <i>coffee shop</i> .							
4	Aroma harum ruangan membuat saya betah berada di <i>coffee shop</i> .							
5	Pendingin ruangan pada <i>coffee shop</i> cukup sejuk, sehingga membuat saya betah berada di <i>coffee shop</i> .							
6	Furniture yang digunakan (meja, kursi) di <i>coffee shop</i> cukup bervariasi, sehingga saya tertarik untuk berlama-lama di <i>coffee shop</i> .							
7	Tata letak kursi dan meja cukup rapi sehingga membuat saya betah berada di <i>coffee shop</i> .							
8	Jarak antar meja di <i>coffee shop</i> cukup renggang, sehingga saya betah berlama-lama di <i>coffee shop</i> .							
9	Simbol / papan petunjuk (petunjuk toilet, wastafel, kasir, dll) di <i>coffee shop</i> memudahkan saya selama berada disana.							
10	Kursi yang digunakan pada <i>coffee shop</i> cukup nyaman, sehingga saya betah berada di <i>coffee shop</i> .							
11	Tema / konsep yang diusung <i>coffee shop</i> cukup menarik, sehingga saya senang berada di <i>coffee shop</i> dan ingin berkunjung kembali.							
1	Saya puas dengan penampilan secangkir kopi (<i>latte art, layering coffee</i>) yang disajikan cukup menarik.							
2	Saya puas dengan variasi cara penyajian kopi di <i>coffee shop</i> yang cukup unik.							
3	Saya puas dengan perpaduan rasa kopi di <i>coffee shop</i> yang enak.							

Lampiran 1 : Kuesioner (sambungan)

4	Saya puas dengan diferensiasi produk kopi di <i>coffee shop</i> , sehingga membuat saya senang menikmati kopi di <i>coffee shop</i>							
5	Saya puas dengan peralatan yang digunakan pada <i>coffee shop</i> , memiliki kualitas premium, sehingga saya cukup yakin dengan kopi yang dihasilkan							
6	Saya puas dengan jenis biji kopi yang digunakan yang bervariasi, sehingga membuat saya dapat memilih sesuai dengan selera saya.							
1	Penampilan secangkir kopi (<i>latte art</i> , <i>layering coffee</i>) yang disajikan cukup menarik, sehingga membuat saya ingin membeli kembali.							
2	Variasi cara penyajian kopi di <i>coffee shop</i> cukup unik sehingga membuat saya ingin membeli kembali.							
1	Saya mempertimbangkan untuk berkunjung kembali ke <i>coffee shop</i> , saat saya sedang ingin menikmati secangkir kopi							
2	Saya akan datang kembali ke <i>coffee shop</i> untuk membeli secangkir kopi							

THANK YOU

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X3.1	X3.2	Y1	Y2
6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	7	6	6	6	6	7	6	6	6
6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	7	6	6	6	7	6	6	6	6
6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	6	7	6	5	5	5	5	5	5
5	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	5	6	7	7	7	6	5	6	5	7	6	6	7	7	5	5	6	6	6	6
7	7	7	6	7	6	6	5	7	6	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6
6	6	7	6	6	7	7	7	7	6	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	7	6	7	7	7	6	6	6	7	6	6	7	6	7	6	7	7	7	7
5	5	7	6	6	6	5	6	5	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6
7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6
7	5	5	7	7	5	6	7	5	7	7	5	4	7	7	5	7	7	7	5	4
6	6	6	6	6	6	6	7	6	5	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6
7	7	6	5	7	7	7	7	6	5	7	5	5	7	7	7	6	7	7	7	7
7	5	6	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	7	5	7	7	7	6	7	7
7	7	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	5	5	7	7	5	5	5	7	5	5	5	5	7	5	7	5	5	5	5
7	7	6	6	6	6	7	7	4	7	4	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7
7	7	6	6	6	7	5	6	6	7	7	7	7	6	7	7	7	6	6	6	7

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : Output Kuesioner (sambungan)

4	5	5	5	4	4	5	5	6	6	7	6	6	5	5	4	5	5	4	5
5	6	7	6	6	6	5	6	6	5	4	4	5	5	5	6	3	4	4	6
5	5	6	6	6	5	6	5	6	5	4	5	3	2	3	4	5	5	4	5
4	5	5	6	4	5	5	6	7	7	5	4	5	4	3	5	5	5	6	4
5	5	6	6	5	6	7	5	4	4	5	5	3	3	3	5	5	5	4	6
5	6	4	5	5	5	4	4	4	4	5	6	6	7	6	7	5	5	4	5
6	6	5	7	7	4	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	6	6	5	6
7	6	5	6	6	6	5	5	4	5	7	7	6	5	6	5	6	6	5	6
6	5	6	6	6	7	7	6	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	4	5
5	5	5	4	5	5	6	7	7	6	6	6	7	5	5	5	4	4	5	6
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	6	5	6	5	5	6	5	6	5	5
5	5	5	6	6	4	5	5	6	6	6	4	4	5	5	5	5	5	6	5
7	6	7	7	7	6	7	6	7	6	5	6	6	5	5	5	6	6	5	6
7	7	4	7	7	7	7	7	1	7	7	4	7	7	7	7	7	7	7	7
7	7	7	7	6	7	5	5	5	7	6	7	6	5	5	5	5	6	6	3
7	7	7	7	5	6	6	6	7	5	5	6	6	7	6	6	7	5	6	6
7	6	6	6	7	6	6	6	7	6	7	7	6	7	6	5	5	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	5	6	6	7	7	7	7	6	7	6	6	7	7	6	5	5	5	5	5
6	5	6	6	7	7	7	7	6	7	6	6	7	7	6	5	5	5	5	5
5	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

Lampiran 2 : Output Kuesioner (sambungan)

6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	6	6
5	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
2	2	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	6	5	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	6	6	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	7	7	6	7	6	7	6	7	6	7	5	6	7	6	7	6	7	7	7	7
5	5	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	7	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	7	7	7	7	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	6	6	7	6	7	6	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7
7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : Output Kuesioner (sambungan)

5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	7
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	6	5	6	5	6	6	5	5	4	6
5	5	6	6	6	4	5	5	5	6	6	6	4	5	5	5	5	6	5	6
7	6	7	7	7	6	6	7	7	6	6	5	6	5	5	6	6	5	5	6
7	7	4	7	7	7	7	7	7	1	7	7	4	7	7	7	7	7	7	7
7	7	7	7	6	7	5	5	5	5	7	7	6	5	5	5	6	6	6	7
7	7	7	7	5	6	6	6	6	7	5	5	6	7	6	7	5	6	6	6
7	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	7	7	6	6	5	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6
6	5	6	6	7	7	7	7	7	6	7	6	6	7	6	5	5	5	5	6
6	5	6	6	7	7	7	7	7	6	7	6	6	7	6	6	5	5	5	5
5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	4	5	5	4	5	4	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	6
5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	7	7	7
6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6	7	6	7	7	6	6	6	6	7
5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6
5	5	5	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
2	2	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	7
5	6	6	5	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	6
5	6	6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6
5	5	6	6	5	5	4	5	4	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6
6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7

Lampiran 2 : *Output* Kuesioner (sambungan)

[illegible]

Lampiran 2 : Output Kuesioner (sambungan)

5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7
6	7	6	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	5	5	7	7	7	6	7	7	6	7	6	7	6	7	7	6	6	6	7	6
7	7	6	6	5	5	7	7	5	7	7	7	5	4	7	7	5	7	7	5	7
6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	5	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6
7	7	6	5	5	7	7	7	7	5	5	7	5	5	7	7	7	6	7	7	7
7	5	6	7	7	7	6	7	7	6	7	6	7	7	7	5	7	7	7	6	7
7	7	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6
7	7	5	5	5	7	7	5	5	5	5	5	5	5	5	7	5	5	5	5	5
7	7	6	6	6	6	6	7	7	4	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6
7	7	6	6	6	6	7	5	6	6	7	7	7	7	6	7	7	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	5	6	5	6	5	6	6	6	6
7	6	7	7	7	7	5	5	6	5	5	5	5	5	7	5	5	6	6	5	6
7	6	6	4	6	6	6	6	6	7	7	6	5	5	6	5	5	7	6	5	7
7	7	6	5	6	6	6	5	5	5	7	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6
5	5	6	6	7	7	7	5	5	6	6	6	7	7	7	5	4	7	7	7	7
5	6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	3	6	7	6	4	3	4	4

Lampiran 2 : Output Kuesioner (sambungan)

7	4	7	7	5	7	6	3	6	5	4	5	6	5	6	5	3	4	3	6	4
7	7	7	7	7	7	5	6	6	7	4	7	5	5	4	6	5	6	5	5	6
6	7	7	7	7	5	5	6	5	5	6	6	6	7	5	6	7	7	6	7	7
7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6	6	7	6	6	5	5	6	6	7	6
7	7	6	6	5	7	5	6	4	7	5	4	4	5	5	4	5	5	5	6	5
6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7
6	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7
5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6
6	7	6	7	6	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6
6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	7	6	7	6	7	6	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7
7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6
6	7	6	7	6	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6
6	7	6	7	6	7	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	7	6	7	6	7	6	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7
7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Penulis / Tahun	Tujuan Penelitian	Objek penelitian	Pendekatan & Metode	Hasil Penelitian
1	<i>The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions</i>	Kisang Ryu, Heesup Han, Tae-Hee Kim / 2008	Untuk mengetahui hubungan antara quick-casual restaurant, perceived value, customer satisfaction dan behavioral intention di industri restoran cepat saji	<i>Quick-Casual Restaurant Image, Perceived Value, Customer Satisfaction, Behavioral Intention</i>	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dimana peneliti membagikan kuesioner sejumlah 360 kepada seluruh pelanggan restoran cepat saji (yang seandainya pernah makan di restoran cepat saji selama 3bulan terakhir), kuesioner tersebut dibagikan kepada mahasiswa	Studi ini menunjukkan bahwa pernyataan <i>Image</i> dan <i>Value</i> pada <i>Customer Satisfaction</i> dalam satu model tidak hanya Menyoroti pentingnya <i>Image</i> dan <i>Value</i> restoran, Tetapi juga memberikan penanaman yang lebih komprehensif Efeknya pada <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer behavioral Intention</i> Ini juga menunjukkan bahwa <i>Restaurant Image</i> , <i>Perceived Value</i> , dan <i>Customer Satisfaction</i> harus disertakan saat Mengukur <i>Customer Behavioral Intention</i> dalam sekmen <i>Quick – Casual Restaurant</i> .

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu (sambungan)

2	<i>The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions</i>	Kisang Ryu, Hye-Rin Lee, Woo, Gon Kim / 2012	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengajukan model yang terintegrasi yang menguji dampak Tiga dimensi elemen <i>food service quality</i> (lingkungan fisik, makanan, dan pelayanan) <i>Restaurant Image</i> , <i>customer perceived value</i> , <i>Customer Satisfaction</i> , dan <i>Behavioral Intention</i>	<i>quality of the physical environment, food, and service, restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan 3 dimensi <i>foodservice</i> dan 7 faktor menggunakan poin skala likert.	undergraduate dan graduate	Pada studi ini pemodelan persamaan struktural menunjukkan bahwa kualitas <i>Physical Environment, Food and Service</i> merupakan faktor penentu <i>Restaurant Image</i> yang signifikan. Selain itu, kualitas <i>Physical Environment</i> dan makanan merupakan prediktor signifikan terhadap nilai yang dirasakan pelanggan. <i>Restaurant Image</i> juga ditemukan sebagai antecedent signifikan dari nilai yang dirasakan pelanggan. Selain itu, hasilnya diperkuat bahwa nilai yang dirasakan pelanggan memang merupakan penentu signifikan dari <i>Customer Satisfaction</i> .
---	--	--	--	---	--	----------------------------	---

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu (sambungan)

3	<i>Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in</i>	Kisang Ryu , Heesup Han/ 2012	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti hubungan antara tiga faktor penentu dimensi kualitas (Food, Service, Physical Environment), Price, dan Customer Satisfaction dan Behavioral Intention di restoran cepat saji Dengan harapan	<i>effects of quality (food, service, and physical environment) elicit customer satisfaction, behavioral intention.</i>	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dimana peneliti membagikan kuesioner sejumlah 360 kepada seluruh pelanggan restoran cepat saji (yang setidaknya pernah makan di restoran cepat saji selama	Dan Customer Satisfaction adalah prediktor signifikan dari Customer Behavioral Intention	Studi ini memberikan kontribusi penting untuk memahami Customer Satisfaction dan Behavioral Intention di industri Quick-Casual Restaurant. Temuan menunjukkan bahwa "Perceived Quality of food, Kelezatan makanan, Nilai Gizi, dan penampakan makanan menarik secara visual, merupakan prediktor signifikan dari Customer Satisfaction, dan harga yang dirasakan moderat hubungan antara kualitas
---	---	-------------------------------	--	---	--	--	---

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu (sambungan)

	<i>Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price</i>	para akademisi dan manager restoran dapat mengetahui pentingnya tiga dimensi kualitas (<i>Food, Service, Physical Environment</i>) dalam mempengaruhi <i>Customer Behavioral Intention</i> .		3bulan terakhir), kuesioner tersebut dibagikan kepada mahasiswa <i>undergraduate</i> dan <i>graduate</i>	makanan dan <i>Customer Satisfaction</i> . Bila pelanggan merasa bahwa harganya masuk akal, kepuasan mereka terhadap kualitas makanan bisa ditingkatkan. Sekin itu <i>Service Quality</i> meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan terhadap harga yang wajar meningkatkan kualitas layanan pada kepuasan pelanggan.
4	<i>Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris pengaruh atmosfer restoran terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Behavioral Intention</i> di restoran.	<i>Restaurant Atmospheric, Customer Satisfaction, Customer Behavioral Intention</i>	Studi ini menggunakan metode kuantitatif, dimana kuesioner dibagikan pada 10 restoran kelas menengah keatas di Hongkong. Penelitian ini menggunakan analisa faktor dan juga	Hasil dari penelitian ini menunjukkan atmosfer restoran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>dining Satisfaction</i> pengunjung dan <i>Behavioral Intention</i> mereka, terutama niat mereka untuk kembali dan menyebar <i>Word-of-Mouth</i> dan kesediaan mereka untuk membayar lebih. <i>Dining Satisfaction</i> itu sendiri juga ditemukan memiliki

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu (sambungan)

					analisa regresi berganda untuk mengukur hubungan antara <i>Atmospheric Restaurant</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Behavioral Intention</i>	Pengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> , terutama niat untuk kembali dan merekomendasikan restoran.
5	<i>The Relationship among Sea-Food Restaurant Service Quality, Perceived Value, Customer</i>	Huan-Chen Kang, Ying-Wei Wang	Mengidentifikasi hubungan antara <i>Service Quality</i> restoran <i>Sea-food</i> / <i>perceived value</i> / <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Behavioral Intention</i>	<i>Service Quality sea-food Restaurant, Perceived Value, Customer Satisfaction, Behavioral Intention</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana peneliti membagikan 385 kuesioner (yang terpakai 365 kuesioner), dimana bagian dari <i>Service Quality</i> yang di gunakan dari skala DINESERV untuk mendapatkan pengukuran terdiri dari limaKonstruksi dengan 29 item, <i>Value</i> yang	Teman menunjukkan bahwa <i>Service Quality</i> , <i>Sea-food Restaurant</i> secara keseluruhan dan secara positif mempengaruhi <i>Value</i> yang dirasakan, dan <i>Restaurant Value</i> secara keseluruhan memiliki peran penting dalam mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> . Selain itu, keseluruhan <i>Value</i> dari restoran <i>Sea-food</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> merupakan prediktor

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu (sambungan)

Satisfaction and Behavioral Intentions using Structural Equation Models: A CASE OF PENGH				dirasakan dan/atau dengan menggunakan empat item yang ada <i>Perceived Value of monetary price</i>, dan <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Behavioral Intention</i> memiliki dua hal Masing-masing Pengukuran setiap item menggunakan Tujuh poin skala Likert termasuk sangat tidak setuju, Sangat tidak setuju, sedikit tidak setuju, tidak berkomentar sedikit pun, Setuju, sangat setuju, dan sangat-sangat setuju	signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>. <i>Customer Satisfaction</i> dapat bertindak sebagai mediator parsial dalam hubungan antara <i>Service Quality Sea-food Restaurant</i> secara keseluruhan, <i>Value</i> yang dirasakan dan <i>Behavioral Intention</i>. Namun, <i>Service Quality</i> restoran tidak berpengaruh positif baik terhadap <i>Customer Satisfaction</i> maupun <i>Behavioral Intention</i>. Selanjutnya, konstruksi termasuk daya tanggap, kepastian, dan reliabilitas adalah penganan yang tepat untuk mengukur <i>Service Quality Sea-food Restaurant</i> yang secara signifikan mempengaruhi <i>Value</i> yang dirasakan. Oleh karena itu, upgrade daya tanggap, kepastian, dan Keandalan pada <i>Service Quality</i> di restoran <i>Sea-food</i>
--	--	--	--	--	--

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu (sambungan)

6	<i>The effect of customer perceived value on customer satisfaction: A case study of Malay upscale restaurants</i>	Mohd Nazri Abdul Raji, Artinah Zainal / 2016	Penelitian ini menguji pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di restoran "kelas atas" Melayu, dalam hal respon emosional, harga moneter, perilaku terhadap harga dan reputasi	<i>Perceived Value, Customer Satisfaction, Upscale Restaurant, Fine dining Restaurant in Malay</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana peneliti membagikan 170 kuesioner (yang dikembalikan oleh responden) yang disebar di 5 outlet restoran <i>Fine Dining</i> di Kuala Lumpur , Malaysia. Penghitungan hasil kuesioner menggunakan SPSS Versi 21	menupakan cara yang efektif untuk meningkatkan <i>Customer Perceived Value</i> . <i>Value</i> yang dirasakan, <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Behavioral Intention</i> . Tennan penelitian ini mengungkapkan bahwa <i>Monetary Price</i> memiliki hubungan positif yang tinggi dengan <i>Customer Satisfaction</i> di <i>Upscale Restaurant</i>
---	---	--	---	--	--	--

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu (sambungan)

7	<i>Factors of Customer's Preference of Visiting Coffee Shop in South Korea</i>	Muhamad, A & Sunghee, 2015	Menganalisa faktor yang mempengaruhi pengunjung untuk mengunjungi <i>coffee shop</i> di Korea Selatan	<i>Coffee shop, Physical Environment, Preference, Factor Analysis</i>	Penelitian ini menggunakan metode differensiasi senantik, dengan skala 1 sampai 5, dengan membagikan kuesioner kepada responden sebanyak 100 kuesioner	Physical environment menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk mengunjungi <i>coffee shop</i> di korea, karena kenyamanan, tempat yang menyenangkan, unik dan lucu
8	<i>Speciality food orientation of food related lifestyle (FRL) segment in Great Britain</i>	Wycherley, McCarthy, Cowan, 2008	Untuk mengetahui segmen tingat FRL (<i>Food Related Lifestyle</i>) di Britania	<i>FRL (Food Related Lifestyle), Speciality Food, British Consumers, Lifestyle segmentation</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan membagikan kuesioner untuk mengukur FRL, dan akhirnya data dikebla menggunakan spss	Lifestyle masyarakat Britain mempengaruhi makanan yang mereka makan, khususnya untuk makanan- makanan khas atau etnik
9	<i>Analysis of Coffee shop market (case</i>	Ko-Liang, W, 2014	Untuk mengetahui pasar <i>coffee shop</i> di Amerika Serikat	<i>Coffee Market, Buying Behavior, Atmosphere,</i>	Penelitian ini menggunakan data primer, dengan meneliti	Dari 3 <i>coffee shop</i> yang dieliti, mereka hanya berbeda di manner

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu

	<i>study of UK)</i>			<i>Various of Product, Chain of Coffee Shop</i>	3 <i>coffee shop</i> di pusat kota Leicester dan interview dengan pelanggan	pelayan saja, untuk atmosfer dan menu rata-rata memiliki kesamaan
10	<i>If taste as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food</i>	Zelher et al., 2014	Untuk mengetahui efek dari penampilan sebuah makanan yang dapat menambah rasa nikmat makanan	<i>Hedonics, Plating, Food Evaluation, Visual Attractiveness, Meal Evaluation, Food Presentation</i>	Menggunakan bantuan dari volunteer yang berjumlah 91 orang untuk melakukan survey membandingkan makanan yang di sajikan secara biasa saja, dan yang lainnya di susun dengan lebih modern	Dari hasil survey, dapat disimpulkan orang akan lebih tertarik untuk memakan makanan yang isusun secara modern atau kontemporer
11	<i>The Influence of Customers Trust on Customer Loyalty</i>	Sorayanti Utami / 2015	Untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan konsumen dengan loyalitas konsumen	<i>Literatur review about Customer Trust and Customer Loyalty</i>	Menggunakan studi literatur untuk menghubungkan teori yang ada berdasarkan penelitian-penelitian	Dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara tingkat kepercayaan konsumen dengan loyalitas konsumen

Lampiran 3 : Tabel Penelitian Terdahulu (sambungan)

12	<i>Servicescape s: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees</i>	Mary Jo Bitner / 1992	Melihat dampak lingkungan fisik terhadap konsumen dan karyawan	Lingkungan fisik, konsumen, dan karyawan	Penelitian ini menggunakan studi literatur untuk menghubungkan teori yang ada berdasarkan penelitian terdahulu	Dalam penelitian ini menunjukkan lingkungan fisik memiliki dampak bagi konsumen dan juga employee
----	---	-----------------------------	---	--	---	---