
PENGARUH KUALITAS DARI LINGKUNGAN FISIK, MAKANAN DAN PELAYANAN TERHADAP IMAGE RESTORAN

Tommy Setiawan Ruslim

Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanegara

Email: tommy_nicholas@hotmail.com

Mukti Rahardjo

Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanegara

Email: rahardjomukti53@gmail.com

Abstract: Food is a primary need for every living, with many processed ingredients, such as vegetables, fruits, meats, seafood, etc.. Many entrepreneurs have so many different ways to process, such as cooked western style, Japan, Indonesia, etc.. With the large variety of recipes, of course, made so many restaurants are popping up, but not all restaurants can survive. The high competition, limited capital, the quality of food served, until the service provided is a key influence on the success of a restaurant. By doing similar research as practiced by Ryu, et al. (2011), the authors also take the Chinese food restaurant for examination: Restaurant Masakan Tio ciu Akai 45 branches Muara Karang is the study subjects. By spreading the questionnaire to 50 respondents and the data processed with PASW 18.00, by using multiple regression analysis, the result is known that quality of the physical environment as independent variable (X_1), food (X_2), and service (X_3) have a significant effect on restaurant image (Y). With the linear regression equation is $Y = 0.226 + 0.528 (X_1) + 0.062 (X_2) + 0.348 (X_3)$.

Keywords: physical environment, food, service, restaurant image.

Abstrak: Makanan merupakan kebutuhan primer bagi setiap tamu, dengan bahan-bahan olahan banyak, seperti sayuran, buah-buahan, daging, makanan laut, dll. Banyak pengusaha memiliki begitu banyak cara yang berbeda untuk memproses, seperti dimasak gaya barat, Jepang, Indonesia, dll .. Dengan berbagai macam resep, tentu saja, membuat begitu banyak restoran yang bermunculan, tetapi tidak semua restoran bisa bertahan hidup. Kompetisi yang tinggi, modal terbatas, kualitas makanan yang disajikan, sampai layanan yang disediakan adalah pengaruh utama pada keberhasilan restoran. Dengan melakukan penelitian serupa seperti yang dilakukan oleh Ryu, dkk. (2011), penulis juga mengambil restoran makanan Cina untuk pemeriksaan: Restaurant Masakan Tio Ciu Akai 45 cabang Muara Karang adalah subyek penelitian. Dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden dan data diolah dengan PASW 18.00, dengan menggunakan analisis regresi berganda, hasilnya diketahui bahwa kualitas lingkungan fisik sebagai variabel independen (X_1), makanan

(X2), dan layanan (X3) memiliki berpengaruh signifikan terhadap restoran image (Y). Dengan persamaan regresi linier $Y = 0,226 + 0,528 (X1) + 0,062 (X2) + 0,348 (X3)$.

Kata kunci: Lingkungan Fisik, Makanan, Layanan, Gambar Restoran.

PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan primer bagi setiap makhluk hidup, dengan banyaknya bahan olahan, seperti sayur-sayuran, buah-buahan, daging, *seafood*, dll. Membuat para pengusaha mempunyai begitu banyak macam cara untuk mengolahnya, seperti dimasak dengan ala barat, Jepang, Indonesia, dll. Dengan banyaknya aneka resep makanan, tentunya membuat begitu banyak restoran yang bermunculan, namun tidak semua restoran tersebut dapat bertahan. Tingginya persaingan, keterbatasan modal, kualitas makanan yang disajikan, sampai pelayanan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap kunci suksesnya sebuah restoran.

Menurut Han dan Liu (2009) dan Liu dan Jang (2009) yang dikutip dari Ryu, *et al.* (2011), mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah menjadi prioritas pemasaran yang paling inti karena mereka merupakan prasyarat dari loyalitas konsumen, seperti penjualan berulang dan *word-of-mouth* yang positif. Secara khusus, di industri restoran, pelanggan umumnya menggunakan makanan, lingkungan fisik, dan pelayanan karyawan sebagai kunci komponen restoran pengalaman dalam mengevaluasi kualitas layanan restoran (Chow *et al.*, 2007; Namkung dan Jang, 2008; Ryu dan Han, 2010) yang dikutip dari Ryu, *et al.* (2011). Ryu, *et al.* (2011) melakukan sebuah penelitian di restoran masakan *Chinese*, dengan menggunakan tiga variabel independen yaitu lingkungan fisik, makanan dan pelayanan karyawan.

Begitu banyak restoran yang sukses, namun begitu banyak pula yang gagal dan mengalami rugi terus-menerus sehingga tidak mampu lagi bertahan, untuk itu diperlukan penelitian untuk mengetahui tentang bagaimana *image* suatu restoran tersebut di mata konsumen, karena jika suatu restoran sudah memiliki *image* yang buruk di mata konsumen, ditakutkan akan membuat nama restoran tersebut akan menyebar melalui mulut ke mulut (*word of mouth*).

Sebaliknya, jika konsumen memiliki *image* yang baik akan suatu restoran, maka akan menjadi sebuah "nilai lebih" di mata para konsumennya, dan jika suatu restoran ber*image* baik, dipercaya konsumen pun dapat memberikan rekomendasi yang positif ke orang lain, berkaitan dengan konsumen yang puas dengan apa yang dia dapat dari restoran tersebut. Dengan melakukan penelitian serupa seperti yang dilakukan oleh Ryu, *et al.* (2011), maka penulis mengambil restoran *chinese food* juga yaitu Restoran Masakan Tio Ciu Akai 45 cabang Muara Karang untuk diteliti.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini meliputi: (1) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas dari lingkungan fisik terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45?; (2) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan terhadap *image* restoran

Masakan Tio Ciu Akai 45?; (3) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45?; (4) Apakah terdapat minimal satu variabel bebas yang mempengaruhi *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45?.

TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Pelayanan dan Image Restoran

Pengertian Kualitas Lingkungan Fisik. Menurut Soekresno (2000), lingkungan fisik merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang berupa tampilan fisik dari restoran yang menunjukkan tempat di mana jasa diciptakan dan di mana pemberi jasa dan pelanggan berinteraksi. Pada bisnis restoran, yang perlu diperhatikan adalah penampilan restoran, interior restoran, fasilitas restoran, musik pengiring, dan lain-lain. Sedangkan menurut Rafiq & Ahmed, 1995 yang dikutip dari Muala (2012), faktor ini mengacu pada lingkungan di mana layanan dan barang yang nyata yang memfasilitasi kinerja dan komunikasi layanan disampaikan. Hal ini memegang sangat penting karena pelanggan biasanya hakim dari kualitas layanan yang disediakan.

Pengertian Kualitas Makanan. Menurut Andaleeb dan Conway (2006), aspek-aspek *reliability* bisa juga ditafsirkan untuk mewakili "kualitas makanan" (disediakan dalam keadaan segar, contoh : sayuran mentah seperti tomat, timun, dll, atau pada suhu yang tepat, contoh : hangatnya daging yang dimasak, dan kesalahan menu yang dipesan).

Pengertian Kualitas Pelayanan. Menurut Zeithaml *et al.* (2003), kualitas jasa merupakan penyampaian jasa atau pelayanan yang baik atau sangat baik dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Kotler (2003), kualitas merupakan keseluruhan tampilan dan karakter dari suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kepuasan atau memenuhi keinginannya.

Zeithaml *et al.* (2003), kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi yang mempengaruhi pandangan tentang kualitas, yaitu: (a) *Reliability*, kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara andal dan akurat; (b) *Responsiveness*, kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang segera; (c) *Assurance*, pengetahuan, keramahan, serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan; (d) *Empathy*, perhatian secara individu yang diberikan kepada pelanggan. *Empathy* menggambarkan pada keadaan yang memberikan perhatian, mendengarkan, menyesuaikan, dan fleksibel didalam menyampaikan jasa sesuai dengan yang dikehendaki oleh konsumen; (e) *Tangibles*, tampilan fisik perusahaan; peralatan, pegawai, dan lainnya.

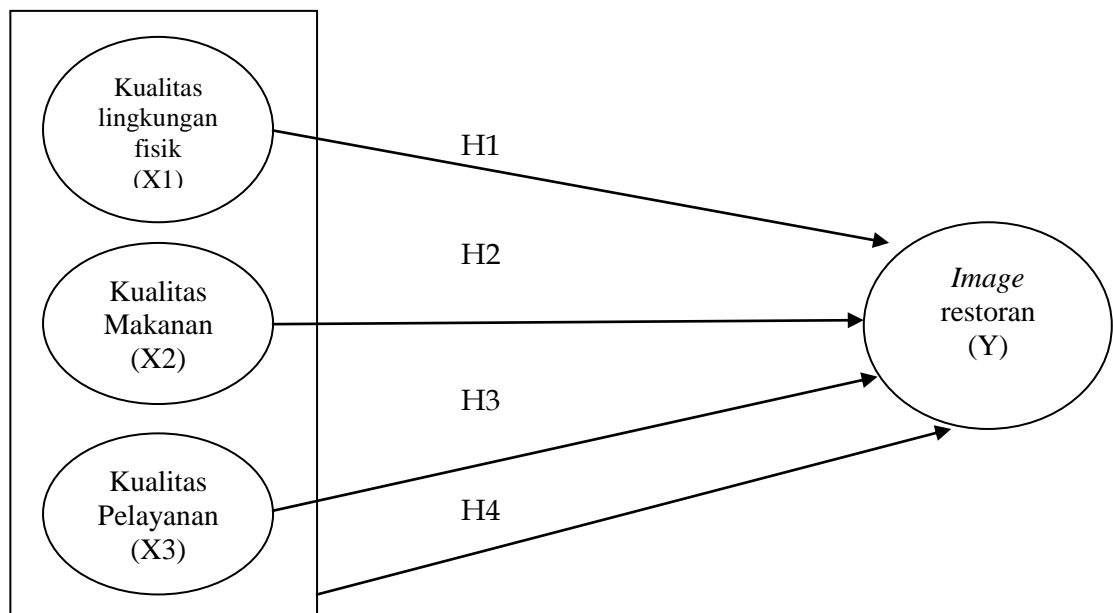
Pengertian Image restoran. Ada banyak cara yang berbeda untuk mendefinisikan dan mengoperasikan membangun citra merek karena sifat kompleks dari gambar (Ryu *et al.*, 2011). Citra merek dapat didefinisikan sebagai makna simbolik bahwa pelanggan mengingat ketika mereka menemukan fitur spesifik dari produk atau jasa (Padgett dan Allen, 1997), yang dikutip dari Ryu, *et al.* (2011). Menurut Setiadi (2003), citra merek adalah keseluruhan persepsi terhadap suatu merek yang dibentuk dengan memproses informasi dari

berbagai sumber setiap waktu. Sedangkan menurut Rangkuti (2004), citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen.

Penelitian Terdahulu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh : Ryu, *et al.* (2011) yang berjudul *“The Influence of the Quality of the Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions”*, diperoleh hasil penelitian sebagai berikut : *This study proposes an integrated model that examines the impact of three elements of food service quality dimensions (physical environment, food, and service) on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. Data were collected from customers at an authentic upscale Chinese restaurant located in a Southeastern state in the U.S.A. via a self-administered questionnaire. Structural equation modeling shows that the quality of the physical environment, food, and service were significant determinants of restaurant image. Also, the quality of the physical environment and food were significant predictors of customer perceived value. The restaurant image was also found to be a significant antecedent of customer perceived value. In addition, the results reinforced that customer perceived value is indeed a significant determinant of customer satisfaction, and customer satisfaction is a significant predictor of behavioral intentions”*.

Sesuai dengan penelitian terdahulu di atas, maka kerangka pemikiran mengenai pengaruh kualitas dari lingkungan fisik, kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap *image* restoran secara praktis disajikan dalam gambar berikut :



Dalam penelitian ini terdapat empat hipotesis yang akan diuji, yaitu :

- H1: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas dari lingkungan fisik terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45.
 H2: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45.
 H3: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45.
 H4: Terdapat minimal satu variabel bebas mempengaruhi *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45.

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Masakan Tio Ciu Akai 45 cabang Muara Karang. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel yang dilakukan penulis adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan *sampling* dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2006). Gay dan Diehl (dalam Kuncoro 2003:111) menyatakan bahwa untuk studi korelasional, dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada tidaknya hubungan, namun untuk ketelitian lebih, penulis mengambil sampel sebanyak 50 responden pada Januari 2013.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Operasionalisasi dan pengukuran variabel dalam penelitian ini, sebagaimana nampak dalam tabulasi berikut:

Tabel Indikator Variabel Kualitas dari Lingkungan Fisik (X1)

Variabel	Indikator Pengukuran	Skala/skor
Kualitas Lingkungan Fisik (X1)	- Restoran memiliki desain interior dan dekorasi yang menarik.	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
	- Musik yang diputar di restoran sangat menyenangkan.	Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3
	- Area tempat makan restoran ini benar-benar bersih.	Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	- Karyawan berpakaian rapih.	

Sumber : Ryu, *et al.* (2011).

Tabel Indikator Variabel Kualitas Makanan (X2)

Variabel	Indikator Pengukuran	Skala/skor
Kualitas Makanan (X2)	- Makanan yang di restoran ini lezat.	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	- Makanan di restoran ini bergizi.	
	- Restoran ini memiliki berbagai macam menu .	
	- Restoran ini menawarkan makanan yang segar/ <i>fresh</i> .	
	- Aroma/ wangi makanannya sangat baik.	
	- Presentasi makanan yang disajikan sangat menarik.	

Sumber : Ryu, *et al.* (2011).

Tabel Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Variabel	Indikator Pengukuran	Skala/skor
Kualitas Pelayanan (X3)	- Karyawan memberikan makanan seperti yang saya pesan.	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	- Karyawan memberikan pelayanan yang cepat.	
	- Karyawan selalu bersedia membantu saya.	
	- Karyawan membuat saya nyaman saat sedang berinteraksi dengan mereka.	

Sumber : Ryu, *et al.* (2011).

Tabel Indikator Image Restoran (Y)

Variabel	Indikator Pengukuran	Skala/skor
Image restoran (Y)	- Restoran ini sangat mengagumkan.	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	- Restoran ini memiliki suasana yang ceria.	
	- Restoran ini memiliki masakan <i>Chinese</i> yang otentik.	
	- Rasanya sangat baik dibandingkan dengan harganya.	

Sumber : Ryu, *et al.* (2011).

Agar instrumen yang dipakai dalam penelitian ini dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan, maka instrumen tersebut perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Menurut Aritonang (2007:123), suatu instrumen dinyatakan valid bila instrumen itu dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur oleh instrumen itu. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Formell & Lacker (dalam Aritonang

2007:133), pengujian validitas konvergen yang dikoreksi dinyatakan valid apabila $\geq 0,2$.

Menurut Ghozali (2006), Pengujian reliabilitas instrumen diuji dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 dan apabila nilai *Cronbach's Alpha* < dari 0,6 maka hal ini mengindikasikan ada beberapa responden yang menjawab tidak konsisten dan harus kita lihat satu persatu jawaban responden yang tidak konsisten harus dibuang dari analisis dan alpha akan meningkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner, data tersebut kemudian diolah dan dianalisis. Sehingga diperoleh informasi mengenai respondennya adalah sebagai berikut :

1. Jenis kelamin responden.
Sebanyak 36 responden adalah pria (72%) dan 14 responden adalah wanita (28%).
2. Usia.
Sebanyak 7 responden berusia <25 tahun (14%), sebanyak 13 responden berusia 26-35 tahun (26%), sebanyak 16 responden berusia di atas 36-45 tahun (32%), sebanyak 9 responden berusia 46-55 tahun (18%), sebanyak 5 responden berusia ≥ 56 tahun (10%).

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada setiap indikator dari masing-masing variabel menunjukkan hasil sebagai berikut:

Pengujian Validitas Kualitas Lingkungan Fisik (X1)

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,537	Valid
2	0,440	Valid
3	0,472	Valid
4	0,546	Valid

Pengujian Validitas Kualitas Makanan (X2)

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,591	Valid
2	0,760	Valid
3	0,458	Valid
4	0,518	Valid
5	0,450	Valid
6	0,725	Valid

Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,684	Valid
2	0,405	Valid
3	0,485	Valid
4	0,618	Valid

Pengujian Validitas *Image Restoran* (Y)

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,664	Valid
2	0,432	Valid
3	0,466	Valid
4	0,527	Valid

Pengujian Reliabilitas

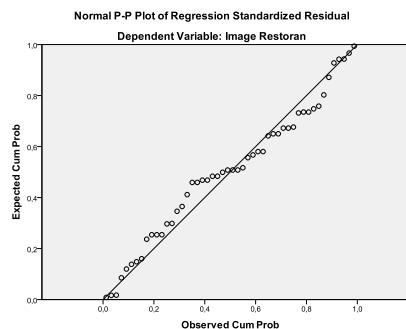
Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Kesimpulan
Kualitas Lingkungan Fisik	0,708	Reliabel
Kualitas Makanan	0,816	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,749	Reliabel
<i>Image Restoran</i>	0,726	Reliabel

**Pengujian Asumsi
Multikolinearitas**

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,152	6,597
,879	1,137
,157	6,354

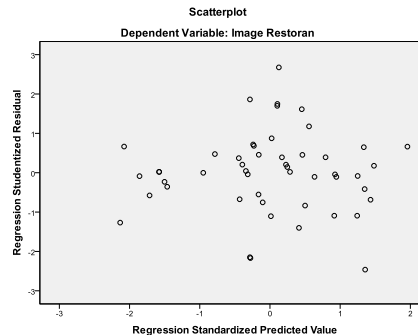
Dari hasil pengujian multikolinearitas dengan menggunakan PASW 18.00, nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) bernilai di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Normalitas



Dari gambar Normal P-P Plot, titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan data sudah terdistribusi secara normal.

Heteroskedastisitas



Dari gambar *Scatterplot*, dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

a. Uji pengaruh secara parsial dengan uji t

Pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dilakukan dengan melihat hasil *output* PASW 18.00 sebagai berikut :

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,226	,679		,333	,741
	Kualitas Lingkungan Fisik	,528	,104	,560	5,065	,000
	Kualitas Makanan	,062	,028	,101	2,201	,033
	Kualitas Pelayanan	,348	,100	,377	3,475	,001

a. Dependent Variable: Image Restoran

Tabel di atas menunjukkan besarnya nilai signifikansi untuk setiap variabel independen lebih kecil daripada α (0,05). Dengan demikian, hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya pembuktiannya adalah sebagai berikut:

1. H1 diterima, terdapat pengaruh yang signifikan kualitas dari lingkungan fisik terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45.
2. H2 diterima, terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45.
3. H3 diterima, terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45.

b. Uji pengaruh secara simultan dengan uji ANOVA

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	507,501	3	169,167	164,451	,000 ^a
	Residual	47,319	46	1,029		
	Total	554,820	49			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Kualitas Lingkungan Fisik

b. Dependent Variable: Image Restoran

Pada tabel ANOVA^b diketahui bahwa nilai sig. adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada α (0,05). Dengan demikian, hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya pembuktiannya adalah sebagai berikut:

1. H4 diterima sehingga terdapat minimal satu variabel bebas yang mempengaruhi *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil analisis dengan menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa dari ketiga variabel independen, yaitu kualitas dari lingkungan fisik (X_1), makanan (X_2), dan pelayanan (X_3) terhadap *image* restoran (Y) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryu, *et al.* (2011) yang pada penelitiannya di sebuah restoran *chinese food*, juga terdapat pengaruh yang signifikan dari ketiga variabel independen tersebut terhadap variabel dependennya pada Restoran Masakan Tio Ciu Akai 45 cabang Muara Karang. Sedangkan dari pengujian hipotesis secara simultan dapat ditarik kesimpulan, terdapat minimal satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap *image* restoran Masakan Tio Ciu Akai 45 cabang Muara Karang, dengan persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,226 + 0,528 (X_1) + 0,062 (X_2) + 0,348 (X_3)$.

Saran

1. Perusahaan dapat melakukan peningkatan kualitas dari lingkungan fisik, makanan dan pelayanan sebagai upaya untuk menjaga *image restoran* yang baik, contohnya dengan menjaga kebersihan restoran, pakaian karyawan yang rapih, makanan yang lezat, *fresh* dan bergizi, serta pelayanan yang lebih cepat.
2. Menambah jumlah sampel dalam penelitian serupa agar hasil penelitian dapat lebih akurat, dan juga dapat menambahkan variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi *image* restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Andaleeb, Syed Saad & Conway, Carolyn. (2006), *"Customer Satisfaction in Restaurant Industry : an Examination of the Transaction Specific Model"*. *Journal of Services Marketing*.
- Aritonang, Lerbin R. (2007). Riset Pemasaran. Teori dan Praktik. Bogor: Ghalia Indonesia
- Freddy Rangkuti, (2004). *The Power of Brand*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J. Nugroho Setiadi, (2003). Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Pranada Media.
- Kotler, Philip (2003). *Marketing Management The Millenium Edition*, 11th edition. Upper Saddle River, NJ:Prentice Hall..
- Muala, Ayed Al. (2012), *"Assessing the Relationship between Marketing Mix and Loyalty through Tourists Satisfaction in Jordan Curative Tourism"*, *American Academic & Scholarly Research Journal*.
- Mudrajad Kuncoro. (2003). Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta : Erlangga.
- Ryu, et al. (2011). *"The Influence of the Quality of the Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions"*.
- Soekresno. (2000). *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum
- Sugiyono. (2006). *Statistik Untuk Penelitian*. Cetakan Kesembilan. Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, V.A. Bitner, Mary J. Gremler, Dwayne D. (2003), *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm, International Edition, 3th Edition*. New York : Mc Graw Hill Companies. Inc..