

Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper  
Asosiasi Program Magister Manajemen Indonesia (APMMI)

# SUSTAINABLE TRANSITION : MEDIUM TO LARGE

Hotel Bumi Surabaya, 13 - 14 Desember 2014

**SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER**  
**Asosiasi Program Magister Manajemen Indonesia**  
**APMMI III 2014**

**“SUSTAINABLE TRANSITION: MEDIUM TO LARGE”**

**13-14 Desember 2014**

**Program Studi Magister Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Airlangga**  
**Surabaya**

## SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER APMMI III "SUSTAINABLE TRANSITION : MEDIUM TO LARGE"

---

### Tim Redaksi :

1. Editor : Amak Yaqoub, SE.Msi.
2. Perancang Sampul : Jovi Sulistiawan
3. Penata Letak : Nurullaily Kartika
4. Pracetak & Produksi : Apri Imanur Romadhon

Diterbitkan dan dicetakan Oleh :



Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi Magister Manajemen  
Kampus B Jl. Airlangga 4-6 Surabaya 60286  
Telp. 031-5011956-7 Ext. 204 ; Fax. 031-5015035  
Website : <http://www.mm.feb.unair.ac.id>  
Email : [mm@feb.unair.ac.id](mailto:mm@feb.unair.ac.id)

14.12.103

ISBN : 978-602-71834-0-7

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002  
Tentang Hak Cipta :

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini ke dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit, Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Bab XII Ketentuan Pidana, Pasal 72, AYAT (1), (2) DAN (6)

## KATA PENGANTAR

Transformasi bisnis semakin berkembang pesat membutuhkan praktik manajemen yang aktif dan dinamis. Tantangan dan prospek bisnis selanjutnya membutuhkan suatu pandangan, informasi dan pengetahuan di bidang manajemen dan bisnis. Dalam rangkaian acara Seminar Nasional dan Call for Paper APMMI III 2014 ini, mengangkat tema "Sustainable Transition: Medium to Large", merupakan fenomena perkembangan bisnis yang mencakup tentang apa yang menentukan sebuah perusahaan menjadi terbaik di antara yang terbaik.

Kami berharap acara APMMI III 2014 ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi para akademisi, praktisi, dan masyarakat umum, sehingga mampu menginspirasi dan mempersiapkan diri dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis di masa depan. Terima kasih kepada para pembicara, peserta, dan seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam penyelenggaraan acara APMMI III 2014 ini.

Ketua Pelaksana Seminar APMMI III 2014  
Ketua Program Studi Magister Manajemen  
Universitas Airlangga

Sri Gunawan, DBA.

# DAFTAR NAMA PENGURUS APMMI Tahun 2013 – 2016

## ➤ **Pengurus:**

Ketua	: Dr. Ir. Arief Daryanto, M.Ec.	(MB-IPB)
Wakil Ketua	: Reza A. Nasution, Ph.D	(MBA-ITB)
Sekretaris	: Dr. Tengku Ezni Balqiah	(MM-UI)
Bendahara	: Sri Gunawan, DBA	(MM-UNAIR)
Bidang Pengembangan Akademik		
	: Dr. Ningky Sasanti Munir, MBA/ Dr. Alexander Liang, M.Eng (MM-PPM)	
Bidang Kerjasama	: Dr. Ibnu Widiyanto, MA	(MM-UNDIP)
Bidang Organisasi	: Yudi Azis, Ph.D	(MM-UNPAD)

## ➤ **Dewan Pertimbangan:**

Ketua	: Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA UGM)	(MM-FEB)
Anggota	: Prof. Dr. Yulinah Trihadiningrum, M.App.Sc Prof. Christantius Dwiatmadja, SE, ME, Ph.D Dr. Lisbeth Mananeke, SE, MS.	(MMT-ITS) (MM-UKSW) (MM-UNSRAT)

# SUSUNAN ACARA SEMNAS & CALL FOR PAPER APMMI III 2014

**Sabtu, 13 Desember 2014 (Hari 1)**

Waktu	Acara	Tempat
07.20 – 08.00	Registratsi Peserta +Coffee Morning	Isyana Ballroom Hotel Bumi Surabaya
08.00– 08.05	Pembukaan Acara oleh MC	
08.05 – 08.25	Sambutan: Rektor Universitas Airlangga Ketua APMMI	
08.25 – 09.20	<b>Dwi Soetjipto</b> (CEO Pertamina)	
09.20 – 10.15	<b>Budiono Darsono</b> (CEO DetikCom)	
10.15 – 11.10	<b>Dahlan Iskan</b> (Chairman Jawa Pos Group)	
11.10 – 12.05	<b>Richard Joost</b> CEO Pelindo II	
12.05 – 12.50	<i>Ishoma</i>	
12.50 – 13.10	<b>Indra Utoyo</b> (Dirut Telkom)	
	Pengumuman dan Penyerahan Hadiah National Business Case Competition (NBCC) 2014	
13.10 -14.05	<b>Mohammad Nadjikh</b> (CEO Kelola Mina Laut)	
14.05 – 15.00	<b>Ishadi S.K.</b> (Komisaris Transmedia)	
15.00 – 15.15	Penutupan dan Foto Bersama	
18.30 – 19.30	Gala Dinner	Airlangga Room Hotel Bumi Surabaya
19.30 – 20.00	<b>Prof. Fumio Itoh</b> (President ABEST21 : <i>The Alliance On Business Education And Scholarship For Tomorrow,a 21<sup>st</sup> Century Organization</i> )	
	Diskusi : <i>“Professional Business School System in Japan”</i>	
20.00 – 21.00	Hiburan – Acara Bebas	

**Minggu, 14 Desember 2014 (Hari 2)**

Jam	Acara	Tempat
07.30 – 08.00	Registrasi Peserta Call For Paper	Primavera, Airlangga, Gajahmada, Wijaya Room  Hotel Bumi
08.00 – 09.15	Presentasi Paper Sesi I	
09.15– 10.30	Presentasi Paper Sesi II	
10.30 – 11.45	Presentasi Paper Sesi III	
11.45 – 13.00	<i>Ishoma</i>	
13.00 – 15.00	<p>-Rapat APMMI -Diskusi ; "Menyikapi Permendikbud Nomor 49 Tahun 2014 Dalam Pengelolaan Program Magister Manajemen"</p> <p><i>Narasumber diskusi:</i> -Prof. Basu Swasta Dharmmesta, MBA, Ph.D (Universitas Gadjah Mada) - Dr. Alexander Liang, M.Eng (PPM Manajemen) - Yudi Aziz, Ph.D (Universitas Padjajaran) - Dodi Wirawan Irawanto, SE, M.Com, Ph.D (Universitas Brawijaya)</p>	Airlangga Room Hotel Bumi
15.00-15.05	Penutupan	

## JADWAL PRESENTASI PER SESI APMMI III 2014

### Manajemen Pemasaran (Ruang 1 Airlangga Room)

<b>SESI I 08.00-09.15</b>	<b>SESI II 09.15-10.30</b>	<b>SESI III 10.30 – 11.45</b>
<p>Moderator: Sony Kusumasondjaja, SE., M.Com., Ph.D</p>	<p>Moderator: Dr. Sri Hartini, SE., M.Si</p>	<p>Moderator: Dr. Masmira Kurniawati, SE., M.Si</p>
<p><b>PENGUKURAN HARAPAN DAN PERSEPSI PENGGUNA JASA KERETA API COMMUTER JABODETABEK TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN</b> <i>Devi Angrahini Anni Lembana, Hyasshinta Dyah S.L. Paramitadewi, Maria Tamarina Prawati</i></p>	<p><b>PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP NILAI PELANGGAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA PEMASARAN KAIN SONGKET IN STYLE DI TANGAN GENERASI MUDA YANG KAYA INSPIRASI</b> <i>Adjeng Mariana Febrianti</i></p>	<p><b>EFEK CULTURAL DISTANCE DAN ETHNOCENTRISM TERHADAP SIKAP DAN WILLINGNESS TO PAY PADA PRODUK IMPORT</b> <i>Putu Saroyini Piartrini</i></p>
<p><b>PERBANDINGAN BRAND IMAGE PELAYANAN RUMAH SAKIT INDONESIA DENGAN MALAYSIA: PENDAPAT PARA AHLI KESEHATAN</b> <i>Efendi, Andy Susilo L.B., Levi Nilawati</i></p>	<p><b>KAPABILITAS KARYAWAN PABRIK GULA SOEDHONO NGAWI DALAM MENGELOLA KELUHAN PETANI TEBU (PENDEKATAN RELATIONSHIP MARKETING)</b> <i>Sri Wahjuni Astuti, Mukhlis Amrullah</i></p>	<p><b>ANALISIS POSISI PERSAINGAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP STRATEGI PEMASARAN KENDARAAN MERK TOYOTA DI AREA SURABAYA</b> <i>Ita Irawatie, Indrianawati Usman</i></p>
<p><b>PENENTUAN LOKASI KANTOR CABANG PERUSAHAAN JASA SERVIS PEMBANGKIT LISTRIK</b> <i>Gita Widi Bhawika, I Nyoman Pujawan</i></p>	<p><b>PENGARUH IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NASABAH BANK BJB BANDUNG PADA ERA SUSTAINABLE TRANSITION</b> <i>Tjahjono Djatmiko, Sarah Devita</i></p>	<p><b>POSITIONING DAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN PENGUATAN MEREK FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TELKOM. BANDUNG</b> <i>Bachruddin Saleh Luturlean, Arif Partono Prasetyo</i></p>
<p><b>PENGARUH ATMOSPHERICS TERHADAP BEHAVIORAL INTENTIONS MELALUI MEDIASI SERVICE QUALITY DAN FOOD QUALITY PADA DREAM OF KHAYANGAN ART RESTO DI SURABAYA</b> <i>Hesky Yehezkiel Kurniawan Immanuel, Silvia Margaretha, Indarini</i></p>	<p><b>MEMBANGUN MINAT MEMBELI KEMBALI, WORD OF MOUTH DAN KOMPLAIN YANG MEMBANGUN MELALUI PEMBENTUKAN KOMITMEN KOMUNITAS MEREK YAMAHA VEGA</b> <i>Periyanto Tarigan, Anton Wachidin Widjaja</i></p>	



## Manajemen Strategik (Ruang 2 Primavera Room)

<b>SESI I 08.00-09.15</b> Moderator: Badri Munir Sukoco, SE., MBA. Ph.D	<b>SESI II 09.15-10.30</b> Moderator: Dr. Indrianawati Usman, SE., M.Sc.	<b>SESI III 10.30 – 11.45</b> Moderator: Drs. H. Basuki, M.Com (Hons)., Ph.D, Ak
ANALISIS DAYA SAING DAERAH BERBASIS <i>PUBLIC                      SECTOR PORTFOLIO MATRLX</i> STUDI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA <i>Anggun Nastiti Pramushinta,                      Wakhid Slamet Ciptono</i>	DAMPAK VARIABEL MAKRO BAGI PERKEMBANGAN DAYA SAING INDUSTRI MANUFaktur JAWA BARAT PERIODE TAHUN 2001-2013 <i>Hayun Setiawan, Agus                      Maolana Hidayat</i>	PERENCANAAN STRATEGIS PERGURUAN TINGGI <i>Heny Hendrayati</i>
PENGEMBANGAN STRATEGI DIFFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING <i>Artarina D. A. Samoedra, Alfin                      Samir</i>	MODEL APLIKASI <i>BLUE                      OCEAN-UNIVERSITY                      STRATEGY</i> DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PTN-BH (STUDI PADA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA) <i>Ratih Hurriyati, Lisnawati,                      Sumiyati</i>	MANAJEMEN PERUBAHAN PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK ABC <i>Muhammad Alwi, Praptini                      Yulianti</i>
EVALUASI KINERJA MANAJEMEN KEHUMASAN UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA <i>Monika Ajeng Erwita, Sri Gunawan</i>	STRATEGI BERSAING PADA BISNIS HOTEL DI KAWASAN BANDARA JUANDA <i>Badri Munir Sukoco, TM.                      Harris Kelana S</i>	
PERAN <i>INTERNAL CAPABILITY</i> DAN <i>FUNDING SUPPORT</i> DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL (STUDI PADA PASAR TRADISIONAL DI TANGERANG SELATAN) <i>Christiana Fara Dharmastuti,                      Syntia Madya, Yohanes Arianto</i>	ANALISIS <i>RESOURCE                      BASED VIEW</i> DALAM UPAYA MENCAPAI SUSTAINABLE DI PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK. <i>Wahyu Nugroho, F. A.                      Handoko Sasmito</i>	

## Manajemen Operasi dan Umum (Ruang 3 Gajah Mada Room)

SESI I 08.00-09.15 Moderator: Tuwanku Aria Auliandri, SE., M.Sc	SESI II 09.15-10.30 Moderator: Drs. Hermawanto, M.Sc., MBA.	SESI III 10.30 – 11.45 Moderator: Febriana Wurjaningrum, SE., MT.
DETERMINAN BUDAYA KESELAMATAN PASIEN: PENGALAMAN EMPIRIS TIGA RUMAH SAKIT DI YOGYAKARTA <i>Achmad Sobirin, Edyarto</i>	STRATEGI PERCEPATAN RUMAH SAJAHTERA TAPAK BAGI MASYARAKAT BERPENGHASILAN RENDAH, STUDI PADA PROGRAM PEMBANGUNAN PERUMAHAN OLEH PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR <i>Peni Utami, F. A. Handoko Sasmito</i>	THE EFFECT OF INTELLECTUAL CAPITAL AND ENVIRONMENTAL UNCERTAINTY TO ORGANIZATIONAL VIABILITY THROUGH DYNAMIC CAPABILITIES (STUDIES IN THE CREATIVE INDUSTRIES IN BANDUNG) <i>Fansuri Munawar</i>
PRODUK "AIR CIRCUIT BREAKER" PT. SCHNEIDER INDONESIA: PROYEK YANG LAYAK? <i>Joko Sutopo, Augustina Kurniasih</i>	PERENCANAAN PROTOTIPE SISTEM INFORMASI SUKU CADANG BERBASIS SPREADSHEET PASCA BENCANA LUMPUR SIDOARJO STUDI KASUS: UD XY <i>Waluyo Prasetyo</i>	ANALISA TRAFIK DATA INTERNET UNTUK REPOSITIONING MARKET PADA PRODUK @WIFI.ID <i>Wahyudayanto Utama, Wiwin Aminah</i>
PROPOSED MODEL OF ICT ADOPTION IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN INDONESIA <i>Novika Candra Astuti, Didit Dwiantoro</i>	MENINGKATKAN APK PT MELALUI PROGRAM <i>MORE FOR LESS EDUCATION – MOLE</i> <i>Sony Sasongko</i>	EVALUASI KINERJA VENDOR DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANP DAN TOPSIS PADA PT. DAYAMITRA TELEKOMUNIKASI REGIONAL OFFICE JAWA TIMUR <i>Handy Setianto, Hermawanto</i>
MOTIVASI DAN KENDALA TERHADAP NIAT BERWIRUSAHA MAHASISWA SEBAGAI MASUKAN TERHADAP PENGEMBANGAN KURIKULUM BERBASIS KEWIRUSAHAAN <i>Siti Rahayu</i>	REFORMULASI STRATEGY SUPPLY RELATIONSHIP PT. PAL INDONESIA (PERSERO): STUDI KASUS SUB KONTRAKTOR PT. PAL INDONESIA (PERSERO) <i>Hendry Moelyadi, Hermawanto</i>	MUTU LAYANAN AKADEMIK (STUDI TENTANG PENGARUH PEMANFAATAN FASILITAS BELAJAR DAN KINERJA STAF PRODI TERHADAP MUTU LAYANAN AKADEMIK DI SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA) <i>Khairul Azan</i>

## Manajemen Keuangan dan SDM (Ruang 4 Wijaya Room)

<b>SESI I 08.00-09.15</b> Moderator: Dr. Rahmat Setiawan, SE., MM.	<b>SESI II 09.15-10.30</b> Moderator: Dr. Fitri Ismiyanti, SE., M.Si	<b>SESI III 10.30 – 11.45</b> Moderator: Dr. Tri Siwi Agustina, SE., M.Si
ANALISA KEBANGKRUTAN MODEL ALTMAN Z-SCORE DAN MENENTUKAN STRATEGI KORPORASI PADA PT. PLN (PERSERO) <i>Marlina Widiyanti, Dholvie Amriko</i>	PENGARUH <i>NET OPERATING MARGIN</i> , <i>RETURN ON EQUITY</i> DAN PERTUMBUHAN LABA USAHA TERHADAP <i>EARNING PER SHARE</i> EMITEN PADA SEKTOR MULTIFINANCE, PERBANKAN DAN ASURANSI DI INDONESIA TAHUN 2013 <i>Romat Saragih</i>	PENGARUH BUDAYA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN (STUDI PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, Tbk – HONDA SALES OPERATION KANWIL PALEMBANG) <i>Agustina Hanafi, Marlina Widiyanti</i>
PENGARUH <i>INTELECTUAL CAPITAL</i> TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA <i>Erni Masdupi</i>	FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP ROA DAN ROE PERBANKAN DI INDONESIA DENGAN PENDEKATAN <i>PATH ANALYSIS</i> <i>Sony Sunaryo, Hery Prasetyo</i>	ANALISIS BUDAYA PERUSAHAAN MNC ( <i>MULTINATIONAL CORPORATION</i> ) BERBASIS JEPANG DI INDONESIA <i>Puji Isyanto, Tri Noviantoro</i>
PERAN CFO DALAM MENINGKATKAN NILAI BAGI INVESTOR KAJIAN <i>RETURN ON EQUITY (ROE)</i> DAN <i>DEBT EQUITY RATIO (DER)</i> TERHADAP <i>EARNING PER SHARE (EPS)</i> <i>Hendratno, Alex Winarno</i>	PERTUMBUHAN INVESTASI, RISIKO KEUANGAN, PROFITABILITAS, GCG DAN NILAI PERUSAHAAN PUBLIK DI INDONESIA <i>Sri Hasnawati</i>	
REAKSI PASAR MODAL TERHADAP PERISTIWA TEROR BOM DI INDONESIA TAHUN 2000-2009 <i>Agustinus, I Made Sudana</i>	ANALISIS TINGKAT EFISIENSI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH BERDASARKAN 6 ZONA WILAYAH DI INDONESIA DENGAN METODE PARAMETRIK DAN NON-PARAMETRIK <i>Syafaat Muhari, Muhamad Nadraturazzaman Hosen</i>	

# REVIEWER CALL FOR PAPER APMMI III 2014 SURABAYA

1. Prof. Dr. Siti Sulasmi, Psi., M.Sc
2. Sri Gunawan, DBA
3. Dr. Muhammad Madyan, SE., M.Si., M. Fin
4. Dr. Gancar Candra Premananto, SE., M.Si
5. Badri Munir Sukoco, Ph.D

# DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	iii
Daftar Nama Pengurus APMMI .....	iv
Susunan Acara APMMI III 2014.....	v
Jadwal Presentasi Per Sesi APMMI III 2014.....	vii
Daftar Nama Reviewer APMMI III 2014.....	xi
Daftar Isi .....	xiii

## MANAJEMEN KEUANGAN

REAKSI PASAR MODAL TERHADAP PERISTIWA TEROR BOM DI INDONESIA TAHUN 2000-2009 <i>Agustinus, I Made Sudana</i> .....	2
PENGARUH <i>INTELECTUAL CAPITAL</i> TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA <i>Erni Masdupi</i> .....	3
PERAN CFO DALAM MENINGKATKAN NILAI BAGI INVESTOR KAJIAN <i>RETURN ON EQUITY (ROE)</i> DAN <i>DEBT EQUITY RATIO (DER)</i> TERHADAP <i>EARNING PER SHARE (EPS)</i> <i>Hendratno, Alex Winarno</i> .....	4
ANALISA KEBANGKRUTAN MODEL ALTMAN Z-SCORE DAN MENENTUKAN STRATEGI KORPORASI PADA PT. PLN (PERSERO) <i>Marlina Widiyanti, Dholyie Amriko</i> .....	5
PENGARUH <i>NET OPERATING MARGIN</i> , <i>RETURN ON EQUITY</i> DAN PERTUMBUHAN LABA USAHA TERHADAP <i>EARNING PER SHARE</i> EMITEN PADA SEKTOR MULTIFINANCE, PERBANKAN DAN ASURANSI DI INDONESIA TAHUN 2013 <i>Romat Saragih</i> .....	6

VALUABLE BANKING CHANNEL MODEL FOR UN-BANKABLE PEOPLE

*Sony Sasongko*.....7

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP ROA DAN ROE PERBANKAN DI INDONESIA DENGAN PENDEKATAN *PATH ANALYSIS*

*Sony Sunaryo, Hery Prasetyo* .....8

PERTUMBUHAN INVESTASI, RISIKO KEUANGAN, PROFITABILITAS, GCG DAN NILAI PERUSAHAAN PUBLIK DI INDONESIA

*Sri Hasnawati* .....9

ANALISIS TINGKAT EFISIENSI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH BERDASARKAN 6 ZONA WILAYAH DI INDONESIA DENGAN METODE PARAMETRIK DAN NON-PARAMETRIK

*Syafaat Muhari, Muhamad Nadrattuzaman Hoson* .....10

**MANAJEMEN STRATEGIK**

ANALISIS DAYA SAING DAERAH BERBASIS *PUBLIC SECTOR PORTFOLIO MATRIX* STUDI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

*Anggun Nastiti Pramushinta, Wakhid Slamet Ciptono* .....12

PENGEMBANGAN STRATEGI DIFFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

*Artarina D. A. Samoedra, Alfin Samir*.....13

STRATEGI BERSAING PADA BISNIS HOTEL DI KAWASAN BANDARA JUANDA

*Badri Munir Sukoco, TM. Harris Kelana S* .....14

PERAN *INTERNAL CAPABILITY* DAN *FUNDING SUPPORT* DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL (STUDI PADA PASAR TRADISIONAL DI TANGERANG SELATAN)

*Christiana Fara Dharmastuti, Syntia Madya, Yohanes Arianto* .....15

DAMPAK VARIABEL MAKRO BAGI PERKEMBANGAN DAYA  
SAING INDUSTRI MANUFAKTUR JAWA BARAT PERIODE TAHUN  
2001-2013  
*Hayun Setiawan, Agus Maolana Hidayat*.....16

PERENCANAAN STRATEGIS PERGURUAN TINGGI  
*Heny Hendrayati*.....17

EVALUASI KINERJA MANAJEMEN KEHUMASAN UNIVERSITAS  
KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
*Monika Ajeng Erwita, Sri Gunawan* .....18

MANAJEMEN PERUBAHAN PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK  
ABC  
*Muhammad Alwi, Praptini Yulianti* .....19

MODEL APLIKASI *BLUE OCEAN-UNIVERSITY STRATEGY* DALAM  
MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PTN-BH (STUDI  
PADA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)  
*Ratih Hurriyati, Lisnawati, Sumiyati*.....20

TUMSEC : TELKOM UNIVERSITY MATRIX FOR STRATEGIC  
EVALUATION AND CONTROLLING  
*Sony Sasongko*.....21

ANALISIS *RESOURCE BASED VIEW* DALAM UPAYA MENCAPAI  
SUSTAINABLE DI PT. SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK.  
*Wahyu Nugroho, F. A. Handoko Sasmito*.....22

## MANAJEMEN PEMASARAN

PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP NILAI PELANGGAN  
SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA PEMASARAN KAIN  
SONGKET IN STYLE DI TANGAN GENERASI MUDA YANG KAYA  
INSPIRASI  
*Adjeng Mariana Febrianti*.....24

*POSITIONING* DAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN  
PENGUATAN MEREK FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM, BANDUNG  
*Bachruddin Saleh Luturlean, Arif Partono Prasetio*.....25

PENGUKURAN HARAPAN DAN PERSEPSI PENGGUNA JASA KERETA API COMMUTER JABODETABEK TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN <i>Devi Angrahini Anni Lembana, Hyasshinta Dyah S.L. Paramitadewi, Maria Tamarina Prawati</i> .....	26
PERBANDINGAN BRAND IMAGE PELAYANAN RUMAH SAKIT INDONESIA DENGAN MALAYSIA: PENDAPAT PARA AHLI KESEHATAN <i>Efendi, Andy Susilo L.B., Levi Nilawati</i> .....	27
PENENTUAN LOKASI KANTOR CABANG PERUSAHAAN JASA SERVIS PEMBANGKIT LISTRIK <i>Gita Widi Bhawika, I Nyoman Pujawan</i> .....	28
PENGARUH <i>ATMOSPHERICS</i> TERHADAP <i>BEHAVIORAL INTENTIONS</i> MELALUI MEDIASI <i>SERVICE QUALITY</i> DAN <i>FOOD QUALITY</i> PADA DREAM OF KHAYANGAN ART RESTO DI SURABAYA <i>Hesky Yehezkiel Kurniawan Immanuel, Silvia Margaretha, Indarini</i> .....	29
ANALISIS POSISI PERSAINGAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP STRATEGI PEMASARAN KENDARAAN MERK TOYOTA DI AREA SURABAYA <i>Ita Irawatie, Indrianawati Usman</i> .....	30
MEMBANGUN MINAT MEMBELI KEMBALI, <i>WORD OF MOUTH</i> DAN KOMPLAIN YANG MEMBANGUN MELALUI PEMBENTUKAN KOMITMEN KOMUNITAS MEREK YAMAHA VEGA <i>Periyanto Tarigan, Anton Wachidin Widjaja</i> .....	31
EFEK <i>CULTURAL DISTANCE</i> DAN <i>ETHNOCENTRISM</i> TERHADAP SIKAP DAN <i>WILLINGNESS TO PAY</i> PADA PRODUK IMPORT <i>Putu Saroyini Piartrini</i> .....	32
KAPABILITAS KARYAWAN PABRIK GULA SOEDHONO NGAWI DALAM MENGELOLA KELUHAN PETANI TEBU (PENDEKATAN <i>RELATIONSHIP MARKETING</i> ) <i>Sri Wahjuni Astuti, Mukhlis Amrullah</i> .....	33



PENGARUH IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN NASABAH BANK BJB BANDUNG PADA  
ERA *SUSTAINABLE TRANSITION*  
*Tjahjono Djatmiko, Sarah Devita* .....35

ANALISA TRAFIK DATA INTERNET UNTUK REPOSITIONING  
MARKET PADA PRODUK @WIFI.ID  
*Wahyudayanto Utama, Wiwin Aminah*.....36

## MANAJEMEN OPERASI DAN UMUM

DETERMINAN BUDAYA KESELAMATAN PASIEN: PENGALAMAN  
EMPIRIS TIGA RUMAH SAKIT DI YOGYAKARTA  
*Achmad Sobirin, Edyarto*.....38

THE EFFECT OF INTELLECTUAL CAPITAL AND ENVIRONMENTAL  
UNCERTAINTY TO ORGANIZATIONAL VIABILITY THROUGH  
DYNAMIC CAPABILITIES (STUDIES IN THE CREATIVE  
INDUSTRIES IN BANDUNG)  
*Fansuri Munawar*.....39

EVALUASI KINERJA VENDOR DENGAN MENGGUNAKAN  
PENDEKATAN ANP DAN TOPSIS PADA PT. DAYAMITRA  
TELEKOMUNIKASI REGIONAL OFFICE JAWA TIMUR  
*Handy Setianto, Hermawanto*.....40

REFORMULASI STRATEGY SUPPLY RELATIONSHIP PT. PAL  
INDONESIA (PERSERO): STUDI KASUS SUB KONTRAKTOR PT. PAL  
INDONESIA (PERSERO)  
*Hendry Moelyadi, Hermawanto*.....42

PRODUK “AIR CIRCUIT BREAKER” PT. SCHNEIDER INDONESIA:  
PROYEK YANG LAYAK?  
*Joko Sutopo, Augustina Kurniasih*.....43

MUTU LAYANAN AKADEMIK (STUDI TENTANG PENGARUH  
PEMANFAATAN FASILITAS BELAJAR DAN KINERJA STAF PRODI  
TERHADAP MUTU LAYANAN AKADEMIK DI SEKOLAH  
PASCASARJANA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)  
*Khairul Azan*.....44

PROPOSED MODEL OF ICT ADOPTION IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN INDONESIA

*Novika Candra Astuti, Didit Dwiantoro*.....45

STRATEGI PERCEPATAN RUMAH SAJAHTERA TAPAK BAGI MASYARAKAT BERPENGHASILAN RENDAH, STUDI PADA PROGRAM PEMBANGUNAN PERUMAHAN OLEH PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR

*Peni Utami, F. A. Handoko Sasmito*.....46

MOTIVASI DAN KENDALA TERHADAP NIAT BERWIRSAUSAHA MAHASISWA SEBAGAI MASUKAN TERHADAP PENGEMBANGAN KURIKULUM BERBASIS KEWIRSAUSAHAAN

*Siti Rahayu*.....47

MENINGKATKAN APK PT MELALUI PROGRAM *MORE FOR LESS EDUCATION* – MOLE

*Sony Sasongko*.....48

PERENCANAAN PROTOTIPE SISTEM INFORMASI SUKU CADANG BERBASIS *SPREADSHEET* PASCA BENCANA LUMPUR SIDOARJO STUDI KASUS: UD XY

*Waluyo Prasetyo*.....49

**MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

PENGARUH BUDAYA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN (STUDI PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, Tbk – HONDA SALES OPERATION KANWIL PALEMBANG)

*Agustina Hanafi, Marlina Widiyanti*.....52

ANALISIS BUDAYA PERUSAHAAN MNC (*MULTINATIONAL CORPORATION*) BERBASIS JEPANG DI INDONESIA

*Puji Isyanto, Tri Noviantoro*.....53

**PENGARUH *ATMOSPHERICS* TERHADAP  
*BEHAVIORAL INTENTIONS* MELALUI MEDIASI *SERVICE  
QUALITY* DAN *FOOD QUALITY* PADA DREAM OF KHAYANGAN  
ART RESTO DI SURABAYA**

**Hesky Yehezkiel Kurniawan Immanuel<sup>1</sup>, Silvia Margaretha<sup>2</sup>, Indarini<sup>3</sup>**

Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Surabaya

<sup>1</sup>jehezk92@gmail.com, <sup>2</sup>silvimargaretha@yahoo.com <sup>3</sup>indarini2003@yahoo.c  
om

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *atmospharics* terhadap *behavioral intention* melalui mediasi *service quality* dan *food quality* pada Dream of Khayangan Art Resto di Surabaya. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 20. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *atmospharics* terhadap *service quality*, *atmospharics* terhadap *food quality*, *service quality* terhadap *behavioral intention*, *food quality* terhadap *behavioral intention*, *atmospharics* terhadap *behavioral intention*, *atmospharics* terhadap *behavioral intention* melalui mediasi *service quality*, dan *atmospharics* terhadap *behavioral intention* melalui mediasi *food quality*.

**Kata kunci:** *atmospharics, service quality, food quality, behavioral intention*

## I. LATAR BELAKANG

Kota Surabaya dikenal sebagai kota metropolis terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Sebagai kota yang sibuk dan padat, perkembangan industri, perdagangan dan bisnis berkembang pesat termasuk salah satunya adalah bisnis restoran. Banyak didirikannya usaha restoran di Surabaya ini karena para pengusaha melihat adanya peluang dan potensi bisnis dari usaha tersebut.

Perkembangan zaman yang semakin maju menyebabkan munculnya berbagai macam usaha bisnis baru. Dalam persaingan bisnis tersebut menyebabkan badan usaha untuk berlomba-lomba memberikan hal terbaik dengan melakukan inovasi produk maupun layanan untuk lebih lagi memuaskan konsumennya. Tujuan yang ingin dicapai oleh setiap badan usaha yaitu keuntungan yang sebesar-besarnya untuk badan usaha tersebut. Salah satu bisnis usaha yang masih potensial di Surabaya adalah bisnis restoran.

Seiring dengan berkembangnya bisnis restoran berkembang pula jenis restoran yang sering dijumpai. Berbagai jenis restoran yang sering dijumpai yaitu *family restaurant, fast food, coffe shop, cake, steak restaurant, formal restaurant, ethnic restaurant*, dan berbagai jenis restoran lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh terjadi peningkatan jumlah restoran yang ada di Surabaya. Pada tahun 2001 yang berjumlah 1223 restoran, sedangkan di tahun 2004 meningkat 17.74% menjadi berjumlah 1440 restoran, dan di tahun 2007 jumlah restoran yang ada di Surabaya menjadi 1517 restoran atau meningkat sebanyak 5,35%. Pada tahun 2010 jumlah restoran yang ada di Surabaya meningkat menjadi 1663 sebanyak 9,62% ([www.bapekko.surabaya.go.id](http://www.bapekko.surabaya.go.id)., diunduh 18 September 2013).

Bisnis restoran merupakan bisnis yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya. Kualitas produk dari restoran berupa makanan dan minuman, sedangkan kualitas layanan berupa pelayanan dari karyawan restoran tersebut maupun fasilitas fisik lainnya yang dapat mendukung. Jika kedua kualitas tersebut tidak diperhatikan maka konsumen tidak akan kembalilagi. (<http://www.hummingbirdjewellers.com/2013/04/tips-memulai-bisnis-rumah-makan-bagi-pemula/>, diunduh Jumat 27 September 2013)

Ketua Apkrindo Jawa Timur Tjahjono mengatakan industri *food and beverages* adalah industri yang tidak akan pernah ada matinya. Industri ini telah menjadi lokomotif dalam perekonomian seiring dengan banyaknya kafe dan restoran baru. Sehingga hal itu secara otomatis akan menyerap lapangan kerja dan menghidupkan sektor pertanian dan peternakan sebagai pemasok bahan baku. Apkrindo memperkirakan geliat bisnis kuliner di Jawa Timur (Jatim) kian melejit seiring dengan banyaknya pemain baru dari berbagai daerah, khususnya Jakarta yang ikut bermain. Perkembangan jumlah industri *food and baverges* ini tidak lepas dari pesatnya pertumbuhan ekonomi serta prospek bisnis *food and baverages* di Surabaya masih bagus. (<http://wartapedia.com/bisnis/korporasi/3446-apkrindo--prospek-bisnis-kafe-a-restoran-di> , diunduh Selasa 24 september 2013.)

Berkembangnya bisnis restoran berkembang pula perilaku pembelian yang dilakukan konsumen. Perubahan perilaku pembelian konsumen awalnya tidak terlalu kritis dan hanya harga yang digunakan sebagai acuan sedangkan hal

lainnya tidak dipertimbangkan, sekarang timbul karakter baru dari konsumen dimana menjadi selektif dan kritis didalam menentukan pemilihan pembelian dimana sekarang sudah tidak mementingkan harga. (<http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/46299> harga makanan bukan pertimbangan utama, diunduh Selasa 24 September 2013).

Perubahan perilaku pembelian konsumen tersebut harus mulai diperhatikan oleh para pemilik restoran sehingga restoran tersebut dapat memenuhi apa yang diharapkan dan diinginkan oleh konsumen. Karena pengetahuan dan kebutuhan akan konsumen semakin meningkat, sehingga restoran tidak hanya memperhatikan harga dan kualitas makanan saja melainkan juga memperhatikan desain, tata ruang, kenyamanan dan suasana dan fasilitas yang ada di restoran untuk menunjang kepuasan pelanggan.

Adapun Resto Indonesia food yang ada di kota Surabaya antara lain yaitu Ayam Goreng Jakarta, Ayam Goreng Pemuda, Ayam Goreng Pemuda sungkono, Ayam Goreng Sriwijaya, Ayam Goreng President, Ayam Bakar Wong Solo, Ayam Bakar Prima Rasa, Family Café, Forum, Halim, Bumbu Desa, Dapur Desa, Kapulaga, Handayani Garden, Dream of Khayangan Art Resto, Dewa Ndaru, Ikan Bakar Cianjur, Ria, Ria Food Garden, Ulam, Sri Wedari, Podo Trino, Mahkota. (<http://www.surabaya.go.id>)

Peneliti memilih restoran Indonesia *ethnic* sebagai obyek karena Indonesia *ethnic* merupakan restoran yang paling sering dikunjungi berdasarkan riset yang dilakukan Ac Nielsen Indonesia pada bulan September hingga awal Oktober 2008 lalu. Studi AC Nielsen ini juga diperkuat dengan *polling* yang telah dilakukan 35 responden di Surabaya. Hasil *polling* tersebut ditunjukkan pada Tabel 1 dan 2.

**Tabel 1**  
**Restoran Indonesian *Ethnic* Favorit di Surabaya**

No	Nama Restoran	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Dream Khayangan Art Resto	6	46,15
2	Handayani	2	15,39
3	Dewa Ndaru cultural Resto	2	15,39
4	Lain-lain masing-masing 1 (Prima Rasa, Ria Indonesia, Mbok Mie)	3	23,07
	Total	13	

**Sumber: *Polling* September 2013, diolah**

Hasil *polling* dari tabel di atas dapat dilihat bahwa restoran Indonesia *ethnic* yang favorit menurut responden adalah Dream of Khayangan Art Resto dengan jumlah responden sebanyak 13 atau sebesar 46,15%. Dream of Khayangan Art Resto merupakan salah satu Restoran di Surabaya yang memiliki desain eksterior dan interior bergaya artistic yang menyatukan dua budaya yaitu gaya arsitektur budaya Jawa dan arsitektur budaya China. Dream of Khayangan Art Resto tidak hanya menyediakan aneka masakan yang nikmat, namun juga memberikan nuansa yang indah dengan desain eksterior dan interior dari

bangunan restoran. Selain itu terdapat juga patung-patung yang menambah kesan artistik pada restoran ini.

**Tabel 2**  
**Alasan Responden Memilih Dream of Khayangan Art Resto Surabaya**

Responden	Alasan Pemilihan				
	Suasana	Rasa makanan	Desain restorn	Tempat menarik	Dekat dengan tempat tinggal
1	+				+
2		+		+	
3		+	+		
4			+		
5	+				
6	+	+			
<b>Total</b>	3	3	2	1	1

Sumber: polling September 2013, diolah

Untuk keperluan penelitian ini, dilakukan sigi awal dengan melakukan penyebaran kuisioner sigi awal. Sigi awal dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap *Atmospherics* Dream of Khayangan Art Resto, maka dilakukan survey awal kepada 30 responden . Hasil dari sigi awal terkait *Atmospherics* di Dream of Khayangan Art Resto dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini

**Tabel 3**  
***Atmospherics* pada Dream Khayangan Art Resto Surabaya**

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Apakah desain interior <i>Dream of Khayangan Art Resto</i> Surabaya membuat anda merasakan budaya Indonesia ?	29	96,67%	1	3,33%
2	Apakah estetika dari penataan ruang fasilitas restoran di <i>Dream of Khayangan Art Resto</i> berbeda dari restoran <i>ethnic</i> lainnya?	25	83,33%	5	16,67%
	Rata-rata total		90%		10%

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel 3 terkait *atmospherics*, dapat diketahui sebagian besar responden (90%) menyatakan ya, hal ini menunjukkan sebagian besar responden mempersepsikan bahwa *Atmospherics* pada Dream of

Khayangan Art Resto menarik, yang ditunjukkan dari desain interior, ruang dan estetika restoran.

**Tabel 4**  
***Service Quality* pada Dream Khayangan Art Resto Surabaya**

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Apakah <i>Dream of Khayangan Art Resto</i> Surabaya menyajikan makanan sesuai dengan yang Anda pesan?	29	96,67%	1	3,33%
2	Apakah <i>Dream of Khayangan Art Resto</i> Surabaya menyediakan pelayanan yang cepat didalam melayani Anda?	25	83,33%	5	16,67%
	Rata-rata total		90%		10%

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel 4 terkait *service quality* dapat diketahui sebagian besar responden (90%) menyatakan ya, hal ini menunjukkan sebagian besar responden mempersepsikan bahwa *service quality* pada Dream of Khayangan Art Resto berkualitas, yang ditunjukkan dari Dream of Khayangan Art Resto Surabaya menyajikan makanan sesuai dengan pesanan, menyediakan pelayanan yang cepat dalam pelayanannya.

**Tabel 5**  
***Food Quality* pada Dream Khayangan Art Resto Surabaya**

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Apakah makanan Indonesia yang Anda makan di <i>Dream of Khayangan Art Resto</i> Surabaya terasa enak, sehingga Anda menikmatinya?	29	96,67%	1	3,33%
2	Apakah porsi makanan di <i>Dream of Khayangan Art Resto</i> Surabaya cukup untuk memuaskan rasa lapar Anda ?	19	63,33%	11	36,67%
	Rata-rata total		80%		20%

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel 5 terkait *food quality*, dapat diketahui sebagian besar responden (80%) menyatakan ya, hal ini menunjukkan sebagian besar responden mempersepsikan bahwa *food quality pada Dream of Khayangan Art Resto* berkualitas, yang ditunjukkan dari Dream of Khayangan Art Resto Surabaya menyediakan makanan yang enak untuk pengunjung, serta porsi makanan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya cukup untuk memuaskan rasa lapar.

**Tabel 6**  
***Behavioral Intentions pada Dream Khayangan Art Resto Surabaya***

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Apakah Anda berniat untuk makan lagi di <i>Dream of Khayangan Art Resto Surabaya</i> ?	27	90%	3	10%
2	Apakah Anda akan merekomendasikan <i>Dream of Khayangan Art Resto Surabaya</i> pada orang lain?	21	70%	9	30%
	Rata-rata total		80%		20%

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel 6 terkait *behavioral intentions*, hal ini menunjukkan sebagian besar responden berniat untuk makan lagi di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya serta akan merekomendasikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya pada orang lain.

### **Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) Apakah *atmospherics* berpengaruh positif terhadap *service quality* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya ? (2) Apakah *atmospherics* berpengaruh positif terhadap *food quality* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya? (3) Apakah *atmospherics* berpengaruh positif terhadap *behavioral intentions* pada Dream of Khayangan Art Resto? (4) Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *behavioral intentions* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya? (5) Apakah *food quality* berpengaruh positif terhadap *behavioral intentions* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya?

## **II. LANDASAN TEORI**

Menurut Kotler (1973) dalam Jang *et al.* (2010) *Atmosphere* adalah “*The effort to design buying environments to produce specific emotional effects in the buyer that enhance his purchase probability*”. Adanya upaya untuk merancang lingkungan pembelian untuk menghasilkan efek emosional tertentu dalam pembelian yang meningkatkan probabilitas pembeliannya. Dapat disimpulkan



bahwa *Atmosphere* dapat menjadi alat pemasaran untuk membujuk perilaku positif dalam situasi dimana konsumsi produk atau jasa yang dikonsumsi.

Kualitas layanan (*service quality*) merupakan faktor yang penting bagi suatu badan usaha, jika kualitas layanan yang diberikan oleh suatu badan usaha tersebut bagus, maka konsumen tersebut akan puas, begitu juga sebaliknya jika kualitas layanan yang diberikan badan usaha tidak bagus maka konsumen tersebut dapat kecewa dengan badan usaha tersebut. Menurut Parasuraman, Berry dan Zeithaml (2001:44) bahwa “*service quality is the customer perception of the superiority of the service*”, maksudnya kualitas layanan adalah tanggapan atau persepsi seseorang yang membeli atau menggunakan jasa terhadap keunggulan atau kelebihan layanan yang diberikan suatu badan usaha dibandingkan layanan yang diberikan badan usaha lain.

Pengertian dari kualitas makanan belum diketahui dengan jelas, oleh karena itu melalui pengertian kualitas dan makanan, akan dibentuk pengertian secara lebih jelas dan mendalam untuk dijadikan sebagai acuan.

Kualitas merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk. Menurut **Purnama** (2006,p.9), kualitas adalah keseluruhan cirri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau layanan menyangkut kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten. Sedangkan menurut **Chase** (2004), kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan.

Menurut **Moertjipto** (1993) pengertian makanan adalah hasil dari proses pengolahan suatu bahan pangan yang dapat diperoleh dari hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan adanya teknologi . Makanan dalam ilmu kesehatan adalah setiap substrat yang dapat dipergunakan untuk proses di dalam tubuh. Terutama untuk membangun dan memperoleh tenaga bagi kesehatan sel tubuh (**Irianto, 2004**).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kualitas makanan adalah kemampuan dari bahan makanan dari produk makanan untuk memenuhi kebutuhan akan makanan. Sedangkan definisi *food quality* lainnya adalah hal-hal yang membuat suatu produk makanan menjadi lebih baik dan lebih enak dimakan dalam kaitannya dengan citarasa, warna, tekstur, dan criteria mutu lainnya, seperti pilihan, ukuran, sifat fungsional, nilai gizi dan sebagainya.

Menurut **Zeithaml dan Bitner** (1996,p.146) “ *Behavioral intention define willingness to recommended the service to others and repurchase intent.*” Maksudnya adalah *behavioral intention* adalah kemauan (niat) untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain dan kemauan (niat) untuk melakukan pembelian ulang. . Perilaku pelanggan dapat memberikan tanda kepada badan usaha apakah pelanggan masih berkeinginan untuk tetap berhubungan dengan badan usaha. Seperti yang dikatakan **Zeithaml et al. (1996)** dalam **Amin dan Nasharuddin (2013)**, “*Behavioural intention as a signal of whether customers will remain or exit the relationship with the service provider*”. Maksudnya adalah *behavioural intention* bertindak sebagai sinyal apakah pelanggan akan tetap tinggal atau keluar dari hubungan dengan penyedia layanan

## II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian ini termasuk *applied research* karena memberikan solusi atas suatu permasalahan tertentu dan teori yang ada sudah

dianggap benar. Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian kausal, karena bertujuan menentukan ada tidaknya pengaruh *atmospherics* terhadap *behavioral intentions* melalui *service quality* dan *food quality* pada restoran Dream Khayangan Art Resto di Surabaya. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif karena menggunakan data yang menghasilkan angka. *Atmospheric* merupakan variable eksogen (*exogenous variable*), sedangkan *service quality*, *food quality* dan *behavioral intention* adalah variable endogen (*endogenous variable*). Berdasarkan teknik, penelitian ini menggunakan survei karena mengumpulkan data dengan menanyakan langsung kepada responden melalui kuesioner.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner tentang *atmospherics*, *service quality*, *food quality*, dan *behavioral intentions* Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari jawaban responden yang bersumber dari hasil penyebaran kuesioner.

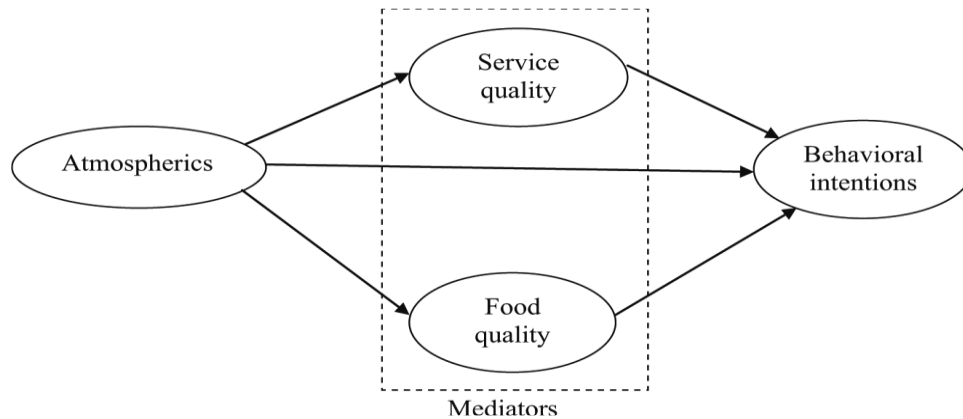
Aras pengukuran dalam penelitian ini menggunakan aras interval yaitu aras pengukuran yang memiliki jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala. Alternatif jawaban pada aras interval disusun berdasarkan *numerical scale* dimana responden memberikan penilaian pada pernyataan-pernyataan yang di ukur dalam tujuh skala jenjang. Angka 1 sampai 7 menunjukkan penilaian atas pernyataan obyek yang diteliti, dimana semakin besar skor atau angka yang dipilih menunjukkan semakin setuju atas pernyataan tersebut. Begitu pula sebaliknya,. Aras interval yang digunakan seperti:

Tidak setuju    1    2    3    4    5    6    7    Setuju

. Target populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung, membeli, menikmati makanan dan minuman pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya dalam 6 bulan terakhir. Karakteristik populasi yang ditetapkan adalah orang yang pernah datang berkunjung dan membeli makanan dan minuman pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir dengan pertimbangan bahwa responden dengan karakteristik tersebut sudah mengerti dan memahami mengenai restoran Dream of Khayangan Art Resto Surabaya, responden pernah berkunjung serta membeli makanan dan minuman di restoran Indonesia *food* selain Dream of Khayangan Art Resto Surabaya, berdomisili di Surabaya dan berpendidikan minimal SMA dengan pertimbangan dapat memahami dan mengisi kuesioner dengan baik sehingga diharapkan memperoleh data yang valid.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* karena populasi yang tidak dapat teridentifikasi dengan jelas. Jenis *non probability sampling* yang dipilih adalah *convenience sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang mengambil elemen-elemen termudah saja dan pemilihannya tergantung pada peneliti Menurut **Anandya** dan **Suprihhadi** (2005, p.199), pemilihan elemen ini, sepenuhnya bergantung pada penilaian atau pewawancara sehingga bebas ditentukan elemen yang paling mudah. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Struktural Equation Model* (SEM) dengan software AMOS.

## MODEL PENELITIAN



Hipotesis-hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1. Diduga *percefff of atmospherics* berpengaruh secara positif terhadap *perception of service quality* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya

H2. Diduga *perception of atmospherics* berpengaruh secara positif terhadap *perception of food quality* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya.

H3. Diduga *perception of atmospheric* berpengaruh secara positif terhadap *behavioral intention* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya.

H4. Diduga *service quality* berpengaruh secara positif terhadap mempengaruhi *behavioral intentions* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya.

H5. Diduga *food quality* berpengaruh secara positif terhadap *behavioral intentions* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya.

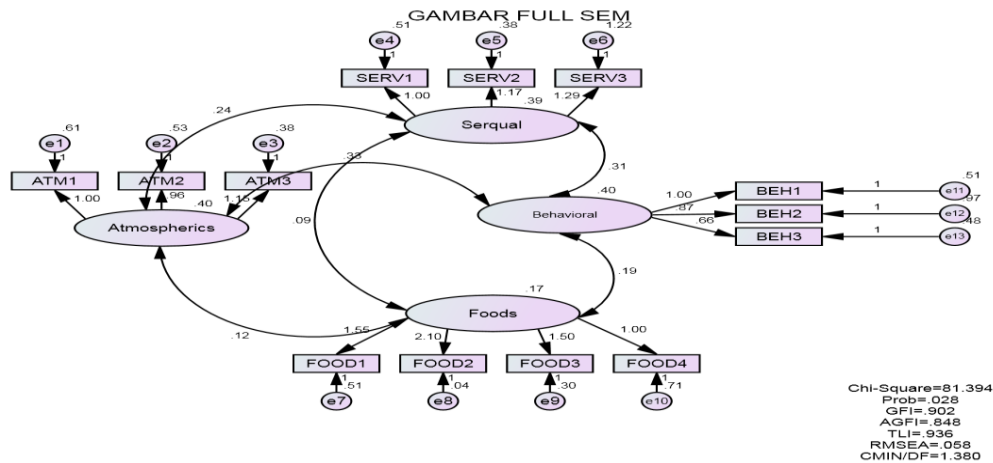
H6. Diduga *perception of atmospherics* berpengaruh terhadap *behavioral intentions* melalui mediasi oleh *service quality* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya.

H7. Diduga *perception of atmospherics* berpengaruh terhadap *behavioral intentions* melalui mediasi *service quality* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah gambar model pengukuran yang diperoleh dari pengolahan data menggunakan *software* AMOS 16. Apabila terdapat indikator yang mempunyai *Standard Loading* < 0,5 maka indikator tersebut akan dihilangkan dari model pengukuran.

Dari hasil model pengukuran yang di *Running* pada AMOS 16 yang ada pada gambar di bawah ini tampak memiliki RMSEA 0,058, p-value=0,028, dan tidak ada indikator yang memiliki *standard loading* < 0,5. Sehingga, model ini cocok untuk menjadi model pengukuran (*Measurement Model*) untuk penelitian ini.



**Gambar 1**  
**Model Pengukuran Hasil *Running Amos***

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran**

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	Statistik Chi-Square	Diharapkan kecil, $p \geq 0,05$	Chi-square = 81,934 $p = 0,028$	<i>Not fit</i>
2	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,058	<i>Good fit</i>
3	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,902	<i>Good fit</i>
4	AGFI	$AGFI \geq 0,90$	0,848	<i>Marginal fit</i>
5	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 2$	1,380	<i>Good fit</i>
6	TLI/NNFI	$TLI \geq 0,90$	0,936	<i>Good fit</i>
7	CFI	$CFI \geq 0,95$	0,952	<i>Good fit</i>

Sumber: Hasil Pengolahan AMOS 20, diolah

### Uji Reliabilitas dan Model Pengukuran

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator yang ada memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan *construct reliability* dan *variance extracted*.

Menurut Hair *et al.* (1998, p.612), nilai *composite reliability* yang diterima adalah 0,70 dan nilai *variance extracted* yang diterima adalah  $\geq 0,50$ . Nilai *variance extracted* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator telah mewakili konstruk laten yang dikembangkan dengan baik.

**Tabel 7**  
**Construct Reliability**

Variabel	( $\Sigma$ std.loading)	( $\Sigma$ std.loading) <sup>2</sup>	$\Sigma$ error	Construct reliability
ATM	2,019	3,733	1,631	0,7142
SERV	2,006	3,932	1,643	0,7101
FOOD	2,840	7,442	1,838	0,8143
BEH	1,665	2,522	2,057	0,5740

Sumber: Excel 2007, diolah.

Nilai *std loading (standarized loading)* untuk setiap indikator diperoleh secara langsung dari keluaran *software AMOS* dan nilai *error* diperoleh dengan cara yaitu  $error = 1 - \text{standarized loading}^2$ . Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai *construct reliability* pada semua variabel lebih besar dari 0,7 sehingga variabel yang digunakan secara umum sudah reliabel. Variabel BEH memiliki *construct reliability* < 0,7 yang menunjukkan bahwa variabel ini kurang reliabel atau kurang memiliki konsistensi pengukuran. Hal ini mungkin saja terjadi walaupun pengukuran reliabilitas secara unidimensi memenuhi syarat reliabilitas (*Cronbach Alpha* > 0,6). Hair, Black, Babin, Anderson and Tatham (2006) menyatakan bahwa meskipun secara unidimensi terdapat konsistensi tetapi tidak menutup kemungkinan secara multivariate tidak terjadi konsistensi.

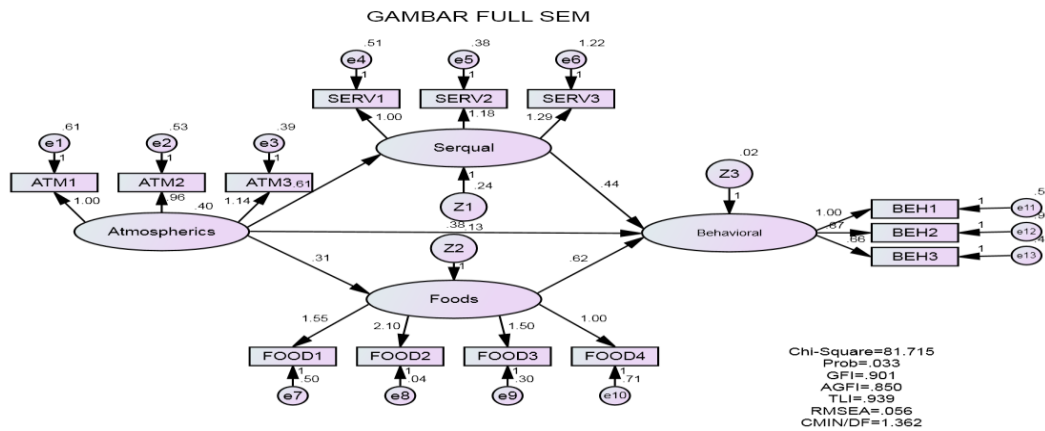
**Tabel 8**  
**Variance Extracted**

Variabel	( $\Sigma$ std.loading)	$\Sigma$ std.loading <sup>2</sup>	$\Sigma$ error	Variance Extracted
ATM	2,019	1,368	1,631	0,673
SERV	2,006	1,357	1,643	0,669
FOOD	2,840	2,162	1,838	0,710
BEH	1,665	0,943	2,057	0,555

Sumber: Excel 2007, diolah.

Nilai *std loading (standarized loading)* untuk setiap indikator diperoleh secara langsung dari keluaran *software AMOS* dan nilai *error* diperoleh dengan cara yaitu  $error = 1 - \text{standarized loading}^2$ . Berdasarkan tabel 21 seluruh variabel memiliki nilai *varince extracted*  $\geq 0,5$ . Sehingga, indikator telah mewakili konstruk laten yang dikembangkan dengan baik.

## Model Struktural



**Gambar2**  
*Structural Model*

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran**

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	Statistik Chi-Square	Diharapkan kecil, $p \geq 0,05$	Chi-square = 81,715 $p = 0,033$	<i>Not fit</i>
2	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,056	<i>Good fit</i>
3	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,901	<i>Good fit</i>
4	AGFI	$AGFI \geq 0,90$	0,850	<i>Marginal fit</i>
5	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 2$	1,362	<i>Good fit</i>
6	TLI/NNFI	$TLI \geq 0,90$	0,939	<i>Good fit</i>
7	CFI	$CFI \geq 0,95$	0,953	<i>Good fit</i>

Sumber: Hasil Pengolahan AMOS 20, diolah.

### Pengujian Hipotesis

Bagian ini berhubungan dengan evaluasi terhadap parameter-parameter yang menunjukkan hubungan kausal atau pengaruh antar satu variabel laten terhadap variabel laten lainnya.

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai  $t$  ( $T$ -value) untuk setiap koefisien. Nilai  $t$ -signifikan apabila  $\geq 1,96$  yang berarti hipotesis dapat diterima. Apabila, nilai  $t < 1,96$  maka tidak signifikan dan hipotesis ditolak. Uji hipotesis juga dapat dilakukan dengan melihat nilai CR dan  $P$ -Value, angka CR yang dibawah 1,96 dan  $p$  diatas 0,50 berarti tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

**Tabel 10**  
**Evaluasi terhadap Koefisien Model Struktural dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian**

Path		Estimate	S.E	CR.	P	Keterangan	
Atmospherics	< --->	Servqual	,605	,166	3,646	***	Signifikan
Atmospherics	< --->	Food Quality	,311	,103	3,025	,002	Signifikan
Food Quality	< --->	Behavioral Intention	,619	,228	2,712	,007	Signifikan
Servqual	< --->	Behavioral Intention	,439	,178	2,464	,014	Signifikan
Atmospherics	< --->	Behavioral Intention	,382	,189	2,024	,043	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan AMOS 20, diolah.

Besarnya pengaruh antar variabel dilakukan dengan melihat nilai *estimate* pada setiap jalur. Semakin besar nilai menunjukkan bahwa pengaruh semakin besar antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

Berdasarkan Tabel 10 diperoleh *t-value* sebesar 3,646 dengan nilai *estimate* sebesar 0,605, yang menunjukkan *perception of atmospherics* berpengaruh secara positif terhadap *perception of service quality* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis 1 diterima dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ha dan Jang (2012).

Berdasarkan nilai *estimate* variabel *atmospherics* terbukti mempengaruhi variabel *food quality* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya dengan nilai *estimate* sebesar 0,311. Hal ini berarti *atmospherics* berpengaruh terhadap *food quality*. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ha dan Jang (2012).

Berdasarkan nilai *estimate* variabel *atmospherics* terbukti mempengaruhi variabel *behavioral intention* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya dengan nilai *estimate* sebesar 0,382. Hal ini berarti *atmospherics* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ha dan Jang (2012).

Berdasarkan nilai *estimate* variabel *service quality* terbukti mempengaruhi variabel *behavioral intention* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya dengan nilai *estimate* sebesar 0,439. Hal ini berarti *service quality* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ha dan Jang (2012).

Berdasarkan nilai *estimate* variabel *food quality* terbukti mempengaruhi variabel *behavioral intention* pada *Dream of Khayangan Art Resto* di Surabaya dengan nilai *estimate* sebesar 0,619. Hal ini berarti *food quality* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ha dan Jang (2012).

Variabel *atmospherics* terbukti berpengaruh terhadap *behavioral intention* melalui efek langsung dan efek mediasi yaitu melalui variabel *service quality*.

*Atmospherics* terbukti mempengaruhi *service quality* dengan nilai *estimate* 0,605, dan *service quality* terbukti mempengaruhi *behavioral intention* dengan nilai *estimate* 0,439. Jadi, besarnya efek mediasi melalui *service quality* sebesar  $0,605 \times 0,439 = 0,266$ , sedangkan besarnya efek langsung adalah 0,382.

Variabel *atmospherics* terbukti berpengaruh terhadap *behavioral intention* melalui efek langsung dan efek mediasi yaitu melalui variabel *food quality*. *Atmospherics* terbukti mempengaruhi *food quality* dengan nilai *estimate* 0,311, dan *food quality* terbukti mempengaruhi *behavioral intention* dengan nilai *estimate* 0,619. Jadi, besarnya efek mediasi melalui *food quality* sebesar  $0,311 \times 0,619 = 0,193$ , sedangkan besarnya efek langsung adalah 0,382.

## V. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan *atmospherics* berpengaruh positif terhadap *service quality* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. Hal ini karena pelanggan sudah percaya bahwa suasana pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya menarik dan baik, sehingga pelanggan akan juga memiliki sikap percaya bahwa kualitas layanan pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya juga baik.

Untuk *atmospherics* juga berpengaruh positif terhadap *food quality* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. Hal ini karena pelanggan sudah percaya bahwa suasana pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya menarik dan baik, sehingga pelanggan akan juga memiliki sikap percaya bahwa kualitas makanan pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya juga baik dan berkualitas.

Hasil yang serupa juga terjadi pada dimensi *service quality* yang berpengaruh positif terhadap *behavioral intentions* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. Hal ini karena pelanggan percaya bahwa kualitas layanan yang diberikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya berkualitas, sehingga pelanggan memiliki sikap untuk berkunjung kembali dan akan merekomendasikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya kepada orang lain.

Demikian juga dengan hasil pada *food quality* yang berpengaruh positif terhadap *behavioral intentions* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. Hal ini karena konsumen percaya bahwa kualitas makanan yang diberikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya berkualitas, sehingga pelanggan memiliki sikap untuk berkunjung kembali dan akan merekomendasikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya pada orang lain.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan *atmospherics* berpengaruh positif terhadap *behavioral intentions* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. Hal ini karena pelanggan memiliki persepsi nyaman terhadap suasana yang ada pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya sehingga pelanggan akan memiliki niat berkunjung kembali dan akan merekomendasikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya kepada orang lain.

Selain itu hasil penelitian ini menunjukkan *atmospherics* berpengaruh positif terhadap *behavioral intentions* melalui mediasi *service quality* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. Hal ini karena pelanggan percaya suasana yang ada dan kualitas layanan yang diberikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya berkualitas, sehingga pelanggan memiliki sikap untuk berkunjung



kembali dan akan merekomendasikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya kepada orang lain.

Sertahasil yang serupa juga menunjukkan *atmospherics* berpengaruh positif terhadap *behavioral intentions* melalui mediasi *food quality* pada Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. Hal ini karena pelanggan percaya bahwa suasana yang ada dan kualitas makanan yang diberikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya berkualitas, sehingga pelanggan memiliki sikap untuk berkunjung kembali dan akan merekomendasikan Dream of Khayangan Art Resto Surabaya kepada orang lain

## VI. DAFTAR PUSTAKA

Alhabeeb, MJ, 2002, “*Perceived Product Quality, Purchase Value And Price*”, Proceedings of the Academy of Marketing Studies, Vol 7, No.1.

Amin, Muslim dan Nazruddin, 2013, Hospital Service Quality and its effect on patient satisfaction and behavioral intention, International Business School, Universiti Teknologi Malaysia (UTM-IBS), Kuala Lumpur, Malaysia

Amelia, dan Seny, Determinant of The Behavioral Intention of Flazz BCA Prepaid Shopping Card In Suranaya, Pelita Harapan University Surabaya, Indonesia

Anandya, Dudi dan Heru Suprihhadi, 2005, “*Riset Pemasaran Prospektif dan Terapan*”, Bayumedia Publishing, Jawa Timur.

Berman, Barry and Joel R. Evans, *Retail Management: A Strategic Approach*, Tenth Edition, Prentice Hall International, Inc. New Jersey, 2007.

Chase, Richard B, Jacobs, F.R. and Aquilano, N.J., 2004“*Operations Management for Composite Advantage*”, International Edition, McGraw-Hill, New York, NY

Cox, Roger and Paul Brittain, *Retail Management, Pearson Proffesional*, Fourth Edition, Great Britain, 2000.

Day, RL, 1984, “*Modeling Choice Among Alternative Responses to Dissatisfaction*”, Perreault, W.D, Atlanta, GA.

Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ferdinand, A., 2005, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian Untuk Tesis*

- Magister dan Disertasi Doktor*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand, Augusty, 2006 “*Struktural Equestion Modeling* dalam Penelitian Manajemen”, Eisi 3, Badan penerbit Universitas Diponegoro , Semarang.
- Griffin, Jill, 1995, “*Customer Loyalty: How to Earn It, How to keep IR*”, A Divison of Simon and Schuster, Inc., USA
- Hair J.F, JR., R.E. Anderson, R.L. Tatham dan W.C. Black, 1998, *Multivariate Data Analysis*, 5<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall.
- Hair J.F, JR., R.E. Anderson, R.L. Tatham dan W.C. Black, 2006, *Multivariate Data Analysis*, 6<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall.
- Hyun Jeong Kim, Choong-Ki Lee, Myung-Ja Kim, dan Kisang Ryu, 2011, "Restaurant Healthy Food Quality, Perceived Value, and Revisit Intention: Testing a moderating role of green customers in South Korea. International CHRIE Conference-Refereed Track. Paper 5.
- Jooyeon Ha, dan Jang, 2012, The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception, *Journal of Service Marketing* , Volume 26 · Number 3 · 2012 · 204
- Kisang Ryu, 2005, *Dinescape, Emotions And Behavioral Intentions In Upscale Restaurant*”, KANSAS STATE UNIVERSITY Manhattan, Kansas
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, ” *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Principles Of Marketing 7e*”, Prenhallindo, Jakarta.
- Levi and Weitz, 2004, *Retailing Management*, New York: Macmillan Publishing Co.
- Mowen, John C., “*Consumer Behavior 4<sup>th</sup>*”, Prentice-Hall, Englewood Cliffs
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1988, “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”. *Journal of Retailing*, Vol;. 64 (Spring), pp. 12-40
- Purnama, Nursya'bani, 2006, “*Manajemen Kualitas*” : Perspektif Global”, EKONISIA, Yogyakarta.
- Sahari, Basir, dan Jangga, 2012, Factor Of Food Dimension Affecting Customer Satisfaction In Family Restaurant, Universiti Teknologi Mara, 3rd

*INTERNATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND ECONOMIC RESEARCH.*

- Soo Cheong, J.H., 2010 “Effects Of Service Quality And Food Quality: The Moderating Role Of Atmospherics In An Ethnic Restaurant Segment”, *International Journal of Hospitality Management*
- Slatten, Terje and Mahmettöglü, 2009, Atmospheris Experience That Emotionally touch customers A Case Study from a Winter Park, *Managing Service Quality* Vol. 19 No. 6, 2009.
- Tjiptono Fandy, 2006, “*Pemasaran Jasa*”, Bayumedia Publishing, Malang.
- Wijanto, Setyohari, 2008, *Structural Equestion Modelling dengan Lisrel 8.8*. Grand Ilmu Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie dan Marry Jo Bitner, 1996, ”*Service Marketing*”, The McGraw-Hill, New York.
- Zeithaml , Valarie, Parasuraman, dan Berry, L, 1990, “*Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception And Expectation*”, *First Edition*, New York, *The Free Pres*