

**PENGARUH *PHYSICAL ENVIRONMENT*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
DI RESTORAN *CANOLI* BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Strata-1



Disusun oleh:

RATNA SARI PRATIWI
201621246

PROGRAM STUDI AKOMODASI DAN KATERING

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA
BANDUNG**

2020

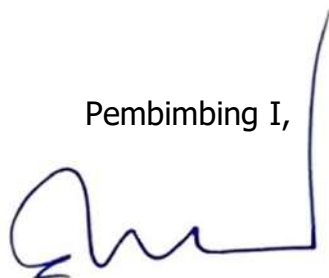
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**"Pengaruh *Physical Environment* terhadap Minat Beli Konsumen
di Restoran *Canoli* Bandung"**

NAMA : Ratna Sari Pratiwi
NIM : 201621246
PROGRAM STUDI : Studi Akomodasi dan Katering
JURUSAN : Hospitality

Pembimbing I,



Erfin Roesfian, S.Sos., M.Hum.
NIP 19590323 198203 1 003

Pembimbing II,



**Maksum Suparman, S.Pd.,
M.Pd.**
NIP 19680921 200605 1 001

Bandung, 20 Juli 2020

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

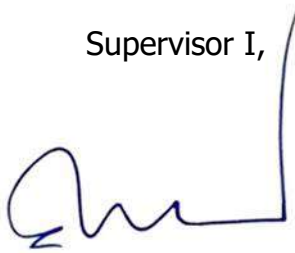
VERIFICATION SHEET

FINAL PROJECT TITLE

"Pengaruh *Physical Environment* terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran *Canoli Bandung*"

NAME : Ratna Sari Pratiwi
NIM : 201621246
STUDY PROGRAM : Studi Akomodasi dan Katering
DEPARTMENT : Hospitality

Supervisor I,



Erfin Roesfian, S.Sos., M.Hum.
NIP 19590323 198203 1 003

Supervisor II



**Maksum Suparman, S.Pd.,
M.Pd.**
NIP 19680921 200605 1 001

Bandung, 20 July 2020

Acknowledging,

Head of Academic, Administration and Student
Affairs,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

Approving,

Director of Bandung Institute of Tourism

Faisal, MM.Par.,CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :
 Nama : Ratna Sari Pratiwi
 Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 10 April 1998
 NIM : 201621246
 Program Studi : Studi Akomodasi Dan Katering
 Jurusan : Hospitality
 Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh *Physical Environment* terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran *Canoli Bandung*”

ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 15 Juli 2020


 Ratna Sari Pratiwi



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa sebab atas segala rahmat, karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademis Program Studi Akomodasi dan Katering untuk mengikuti ujian Sidang tahun 2020. Skripsi dengan judul **PENGARUH *PHYSICAL ENVIRONMENT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RESTORAN CANOLI BANDUNG** sebagai persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata-1 (S1) pada Program Studi Akomodasi dan Katering Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sangat dalam kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE. selaku direktur Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Ibu Siti Yulia Irani Nugraha, SE., MM.Par. selaku Ketua Program Studi Akomodasi dan Katering Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Pembimbing I Bapak Erfin Roesfian, S.Sos., M.Hum., CHE.
6. Pembimbing II Bapak Maksum Suparman, S.Pd., M.Pd.
7. Bapak Endang Sudrajat selaku Manager F&B Restoran Canoli Bandung.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang selama ini telah memberi dukungan dan doa.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan proposal ini sehingga saran dan kritik sangat dibutuhkan demi kemajuan penulisan proposal ini. Penulis berharap proposal ini dapat bermanfaat sebagai bahan pembelajaran baik untuk penulis maupun untuk pihak yang lain. Akhir kata penulis ucapkan, terima kasih.

Bandung, Juli 2020

Ratna Sari Pratiwi

ABSTRAK

Kualitas servis (*service quality*; *SERVQUAL*) merupakan faktor terpenting dalam sebuah tempat pelayanan (*hospitality*). Salah satu dimensi utama dari *SERVQUAL* adalah lingkungan fisik suatu fasilitas servis (*tangible*). Lingkungan fisik (*physical environment*) suatu tempat *hospitality* diketahui memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kualitas keseluruhan suatu tempat pelayanan. Sehubungan dengan berkembangnya usaha restoran dan semakin besarnya kemampuan daya beli masyarakat, hakikat restoran tidak lagi hanya menjadi tempat untuk mencari makanan saja. Restoran kini memiliki peran non-fungsional sebagai tempat untuk merasakan estetika dan memberikan pengalaman tersendiri bagi konsumen. Salah satu faktor yang memeranguih peran non-fungsional ini adalah *physical environment* suatu restoran, dimana *physical environment* diketahui memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Restoran Canoli Bandung adalah salah satu restoran yang menggunakan desain interior serta *physical environment* restorannya sebagai salah satu daya tarik utama untuk menarik minat beli konsumen, penerapan desain interiornya juga sangat beragam. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh *physical environment* di Restoran Canoli Bandung terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data survei. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan antara *physical environment* terhadap minat beli konsumen di Restoran Canoli Bandung dengan besar pengaruh sebesar 76.5%. Sementara itu, *physical environment* di Restoran Canoli Bandung sendiri dibentuk oleh *social factors* berupa aspek-aspek yang berkaitan dengan karyawan, suasana restoran (*atmospherics*) dan desain interior serta estetika restoran (*facility aesthetics/interior design*). Penelitian ini menemukan bahwa upaya Restoran Canoli Bandung dalam menggunakan desain interior untuk menarik minat pelanggan membuahkan hasil yang baik karena secara statistika telah terbukti bahwa salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam memengaruhi minat beli konsumen adalah aspek berkaitan dengan desain interior.

ABSTRACT

Service quality (SERVQUAL) is perhaps of the most important factor in a hospitality venue. One of the major dimensions in SERVQUAL is the tangible element of a hospitality venue. The physical environment of a venue is known significantly influence the overall quality of a hospitality venue. The rapid improvements of restaurant services in the world as well as the increasing purchasing capability of the society has changed restaurant nature itself. Restaurant does not only act as a place to get food, but also as a place to feel some form of aesthetics or a certain kind of experience. One of the factors that affect this non-functional aspect of a restaurant is its physical environment. A restaurant physical environment influences customer purchasing intention. Canoli Restaurant in Bandung is one of the restaurants that uses interior design and physical environment as a major appeal to improve customer purchasing intention. The restaurant itself also uses multiple forms of approach. This research aims to understand the effect of physical environment in Canoli Restaurant in Bandung towards customer purchase intention. This research is conducted by using a quantitative approach as well as using a survey-based data acquisition method. The result of this research shows that there exists a statistically significant influence between physical environment and customer purchasing intention in Canoli Restaurant in Bandung with an effect size of 76.5%. Meanwhile, the physical environment in Canoli Restaurant in Bandung is formed by social factors related to the employee's behavior and appearance, the restaurant atmospherics, as well as the restaurants aesthetics and interior design. This research proves that Canoli Restaurant in Bandung has done a good effort to improve their customer purchase intention due to the fact that it is statistically proven that one of the major factors that influences customer purchase intention are the aspects related to interior design.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Batasan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Teori.....	7
1. <i>Service Quality</i>	7
2. <i>Physical Environment</i>	8
3. Desain Interior.....	13
4. Desain Interior dalam konteks <i>Physical Environment</i>	14
5. Minat Beli Konsumen.....	16
6. Restoran.....	19
7. Restoran Canoli Bandung.....	19
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	36
A. Metode Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian.....	36
C. Objek Penelitian.....	37
D. Populasi dan Sampel.....	37

E. Metode Pengumpulan Data.....	38
1. Instrumen Penelitian.....	38
2. Studi Lapangan.....	39
3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
F. Definisi Operasional Variabel.....	40
1. Variabel Independen.....	40
2. Variabel Dependen.....	40
G. Analisis Data.....	42
1. Analisis Deskriptif.....	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3. Analisis Regresi Linear Sederhana & Berganda.....	43
H. Jadwal Penelitian.....	44
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Karakteristik Subjek Secara Deskriptif.....	45
1. Jenis Kelamin	45
2. Usia.....	46
3. Asal Daerah Responden.....	46
4. Status Kedatangan.....	47
B. Uji Asumsi Klasik.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	50
3. Uji Normalitas.....	51
4. Uji Heterokedastisitas.....	52
5. Uji Linearitas.....	53
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	53
1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Physical Environment</i> (X).....	54
2. Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Konsumen (Y).....	59
D. Uji Hipotesis.....	60
E. Hasil Pembahasan.....	64
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

TABEL		HALAMAN
1	Dimensi pada model SERVQUAL.....	8
2	Perbedaan dimensi <i>tangible</i> antara beberapa penelitian.....	17
3	Penelitian Terdahulu.....	32
4	Matriks operasional variabel.....	38
5	Jadwal penelitian.....	44
6	Tabel Hasil Uji Validitas.....	48
7	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	50
8	Tabel Hasil Uji Normalitas.....	51
9	Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52
10	Tabel Hasil Uji Linearitas.....	53
11	Tabel Kriteria Penilaian Analisis Deskriptif.....	54
12	Physical Environment di Restoran Canoli Bandung.....	54
13	Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Physical Environment di Restoran Canoli Bandung.....	58
14	Minat Beli Konsumen di Restoran Canoli Bandung.....	59
15	Hasil Uji ANOVA dan Koefisien Regresi Linear.....	61
16	Hasil Uji R.....	62
17	Hasil Uji t pada Uji Regresi Linear Berganda.....	62

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1 <i>Theory of planned behavior</i>	17
2 <i>Costumer satisfaction & behavioral intention in dining restaurant model</i>	18
3 Plafon dan downlight pada Restoran Canoli Bandung.....	21
4 Lukisan pinokio dan <i>bullseye</i> pada Restoran Canoli Bandung.....	22
5 Sepeda ontel dan <i>art deco T-Rex</i> pada Restoran Canoli Bandung....	23
6 <i>Art deco</i> botol <i>Amidis</i> pada Restoran Canoli Bandung.....	24
7 Bar kopi dengan hiasan sepeda ontel pada Restoran Canoli Bandung.....	25
8 <i>Art deco</i> mobil antik pada Restoran Canoli Bandung.....	26
9 Desain ubin dan lukisan tokoh-tokoh Indonesia pada Restoran Canoli Bandung.....	27
10 Desain balkon pada Restoran Canoli Bandung.....	28
11 Tata telak meja pada Restoran Canoli Bandung.....	29
12 Suasana pada Restoran Canoli Bandung.....	29
13 Service product pada Restoran Canoli Bandung.....	30
14 Kebersihan tempat pada Restoran Canoli Bandung.....	31
15 Area mengantri pada Restoran Canoli Bandung.....	32
16 Kerangka pemikiran.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1 Turnitin.....	74
2 Surat Lokus.....	75
3 Form Bimbingan.....	76
4 Bukti Submisi.....	82
5 Surat Pengesahan Judul.....	83
6 Persetujuan Dosen.....	85
7 Biodata Penulis.....	87

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113–1127.
<https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik penyediaan makanan dan minuman 2017*. Retrieved from
<https://www.bps.go.id/publication/2019/03/27/f36a107e0271d6acfa9fc295/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-tahun-2017-.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2018). *Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2013-2016*. Bandung. Retrieved from
<https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/472/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-.html>
- Baek, T. H., Kim, J., & Yu, J. H. (2010). The Differential Roles of Brand Credibility and Brand Prestige in Consumer Brand Choice. *Psychology & Marketing*, 27(7), 662–678. <https://doi.org/10.1002/mar.20350>
- Baker, J. (1986). The Role of the Environment in Marketing Services: The Consumer Perspective. In *The services challenge: Integrating for competitive advantage* (pp. 79–84). Chicago.
- Bandungcity.net. (2020). Harga Menu, Review dan Foto Warunk Canoli. Retrieved June 9, 2020, from <http://bandungcity.net/aneka-ayam/harga-menu-review-dan-foto-warunk-canoli-cigereleng/>
- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach* (11th Ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2015). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (3rd Ed.). New York, NY: Routledge.
- Canny, I. U. (2013). The Role of Food Quality, Service Quality, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Future Behavioral Intentions in Casual Dining Restaurant. In *Konferensi Nasional Riset Manajemen VII* (pp. 1–10). Palembang, Indonesia. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2363339>
- Charmers, E. (2011). *Modern Vintage Style*. New York, NY: Ryan Peters & Small.

- Ching, F. D. (2015). *Architecture: Form, Space and Order* (4th Editio). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1), 1–6.
- Ibrahim, Z., Zahari, M. S., Sulaiman, M., Othman, Z., & Jusoff, K. (2012). Traveling Pattterns of Arab Tourists in Malaysian Hotels. In J. A. Seba (Ed.), *Tourism and Hospitality: Issues and Developments* (pp. 174–183). Toronto, Canada: Apple Academic Press.
- Iskandar, D., Nurmalina, R., & Riani, E. (2015). the Effect of Service, Product Quality, and Perceived Value on Customer Purchase Intention and Satisfaction. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 51–62. <https://doi.org/10.17358/ijbe.1.2.51>
- Ismail, T. A. T., Zahari, M. S. M., Shariff, F. M., & Suhaimi, M. Z. (2016). Hotel restaurant brand attributes, dining experience, satisfaction and behavioral intention: Developing a study framework. In S. M. Radzi, M. H. M. Hanafiah, N. Sumarjan, Z. Mohi, D. Sukyadi, K. Sukyadi, & P. Purnawarman (Eds.), *Heritage, Culture and Society* (pp. 185–190). Leiden, The Netherlands: CRC Press.
- Kotler, P., & Keller, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Ed.13). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D. A. A., Karenila, & Jokom, R. (2017). Analisa Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Niat Berperilaku Melalui Emosi Konsumen Di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(1), 111–123.
- Labensky, S., Ingram, G. G., & Labensky, S. R. (2006). *The Prentice Hall dictionary of cullinary arts*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lundberg, D. E. (1994). *The Hotel Restaurant Business* (6th Ed.). New York, NY: Van Nostrand Reinhold.
- Madichie, N. O. (2007). Nigerian restaurants in London: bridging the experiential perception/expectation gap. *International Journal of Business and Globalisation*, 1(2), 258–271. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2007.014434>
- Miller, W. R., & Rollnick, S. (2013). *Motivational Interviewing: Helping People Change*. New York, NY: The Guilford Press.
- Mulyawan, R. (2017). *Statistika II: Aplikasi Bidang Pariwisata*. Ciawi, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Namkung, Y., & Jang, S. C. (2008). Are highly satisfied restaurant customers

- really different? A quality perception perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2), 142–155.
<https://doi.org/10.1108/09596110810852131>
- Omar, S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. (2015). The Relationship between Restaurant Ambience and Customers' Satisfaction in Shah Alam Arabic Restaurants, Selangor. *International Journal of Administration and Governance*, 1(4), 1–8.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pizam, A. (2010). *International Encyclopedia of Hospitality Management*. Amsterdam, The Netherlands: Elsevier.
- Raajpoot, N. A. (2002). TANGSERV: A Multiple Item Scale for Measuring Tangible Quality in Foodservice Industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 5(2), 109–127. https://doi.org/10.1300/J369v05n02_08
- Rosenbaum, M. S., & Massiah, C. (2011). An expanded servicescape perspective. *Journal of Service Management*, 22(4), 471–490.
<https://doi.org/10.1108/09564231111155088>
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of Physical Environment on Disconfirmation, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty for First-time and Repeat Customers in Upscale Restaurants. In *International CHRIE Conference Refereed Track* (pp. 1–8).
<https://doi.org/10.21325/jotags.2019.387>
- Ryu, K., & Jang, S. C. (Shawn). (2007). The effect of environmental perceptions on behavioral intentions through emotions: The case of upscale restaurants. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(1), 56–72.
<https://doi.org/10.1177/1096348006295506>
- Ryu, K., Lee, H.-R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200–223. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Sloan, D. (2004). The postmodern palate: dining out in the individualized era. In D. Sloan (Ed.), *Cullinary Taste: Consumer behaviour in the international restaurant sector* (p. 42). Oxford, UK: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suptandar, P. (1995). *Manusia dan Ruang dalam Proyeksi Desain Interior*. Jakarta: UPT Penerbitan Universitas Tarumanegara.

- Tripadvisor. (2020). WARUNK CANOLI, Bandung Restaurant Review. Retrieved June 9, 2020, from https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g297704-d17337622-Reviews-Warunk_Canoli-Bandung_West_Java_Java.html
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), 193–211. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00010-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00010-7)
- Tuzunkan, D., & Albayrak, A. (2016). The importance of restaurant physical environment for Turkish customers. *Journal of Tourism Hospitality*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.4172/2324-8807.1000154>
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996). The effect of the servicescape on customers' behavioral intentions in leisure service settings. *Journal of Services Marketing*, 10(6), 45–61. <https://doi.org/10.1108/08876049610148594>
- Walker, J. R. (2014). *The Restaurant: From concept to operation* (7th Ed.). Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Yilmaz, G., & Gültekin, S. (2016). Consumers and Tourists' Restaurant Selections. In C. Avcikurt, M. S. Dinu, N. Hacıoğlu, R. Efe, A. Soykan, & N. Tetik (Eds.), *Global Issues and Trends in Tourism* (pp. 217–230). Sofia, Bulgaria: St. Kliment Ohridski University Press.
- Yousapronpaiboon, K. (2014). SERVQUAL: Measuring Higher Education Service Quality in Thailand. In *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (Vol. 116, pp. 1088–1095). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.350>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York, NY: The Free Press.