

## Lampiran 1 Kuesioner Pembobotan dan *Scoring* Resto Soima

Bobot mengindikasikan tingkat kepentingan relatif dari setiap faktor terhadap keberhasilan Perusahaan. Penentuan bobot merupakan pandangan masing-masing responden terhadap faktor strategis internal dan eksternal Perusahaan.

### a. Faktor Internal

No	Kuesioner	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1	Citra rasa yang khas					
2	Variasi menu yang mencukupi					
3	Rasa makanan yang konsisten					
4	Banyaknya porsi dalam 1 menu					
5	Aroma makanan dan minuman					
6	Harga terjangkau					
7	Harga Sebanding dengan kualitas					
8	Lokasi mudah ditemukan					
9	Akses jalan mudah					
10	Kemudahan mendapatkan informasi (Promosi)					
11	Iklan yang disampaikan menarik					
12	Hotline penyampaian keluhan					
13	Pelayanan yang ramah					
14	Pelayanan yang cepat dan tanggap					
15	Kemudahan cara pemesanan					
16	Kemudahan cara pembayaran					
17	Kemudahan pemesanan tempat (Reservasi)					
18	Sistem Penyajian (Table Service)					
19	Kenyamanan dan penataan ruang					
20	Tempat parkir yang memadai					
21	Meja dan kursi yang memadai					
22	Penerangan yang memadai					
23	Ketersediaan Toilet					
24	Ketersediaan Mushola					

### a) Kriteria Penilaian 40 Responden:

- 1) Nilai 1, Sangat tidak setuju
- 2) Nilai 2, Tidak setuju
- 3) Nilai 3, Setuju
- 4) Nilai 4, Sangat Setuju

### b) *Scoring* Perusahaan:

Kriteria Kekuatan :

- 1) Nilai 1, jika faktor strategis tersebut merupakan kekuatan kecil yang dinilai berpengaruh kecil.

2) Nilai 2, jika faktor strategis tersebut merupakan kekuatan kecil yang dinilai berpengaruh besar.

3) Nilai 3, jika faktor strategis tersebut merupakan kekuatan utama yang dinilai berpengaruh besar.

4) Nilai 4, jika faktor strategis tersebut merupakan kekuatan sangat besar yang dinilai berpengaruh sangat besar.

Kriteria Kelemahan :

1) Nilai 1, jika faktor strategis tersebut merupakan kelemahan utama yang dinilai berpengaruh besar

2) Nilai 2, jika faktor strategis tersebut merupakan kelemahan utama yang dinilai berpengaruh kecil.

3) Nilai 3, jika faktor strategis tersebut merupakan kelemahan kecil yang dinilai berpengaruh kecil.

4) Nilai 4, jika faktor strategis tersebut merupakan kelemahan sangat kecil yang dinilai berpengaruh sangat kecil.

b. Faktor Eksternal

No	Kuesioner	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1	Harga yang bersaing					
2	Persaingan bebas					
3	Kompetitor memiliki usaha yang sama untuk menarik customer					
4	Bahan baku mudah didapat (Tidak bergantung pada supplier tertentu)					
5	Ketersediaan bahan baku yang baik					
6	Daya beli masyarakat kota malang yang semakin kuat					
7	Customer cenderung tidak loyal					
8	Produk substitusi tidak berpengaruh					
9	Munculnya pendatang baru					
10	Pendatang baru yang memiliki konsep unik dari produk					
11	Pendatang baru memiliki kesempatan yang sama untuk memperebutkan pasar					

Kriteria Penilaian:

1) Nilai 1, Sangat tidak setuju

2) Nilai 2, Tidak setuju

3) Nilai 3, Setuju

4) Nilai 4, Sangat Setuju