

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Gepuk

Muhammad Yoga Eka Prasetya

Universitas Mulawarman

myoga5479@gmail.com

Noor Ellyawati

Universitas Mulawarman

noor.ellyawati@fkip.unmul.ac.id

Vitria Puri Rahayu

Universitas Mulawarman

vitria.puri@fkip.unmul.ac.id

Abstract

This study aims to find out the effect of service quality on consumer satisfaction in Chicken Gepuk M Yamin Samarinda. This study is a causal associative research with a quantitative approach. The population of this study is all consumers who enjoy Ayam Gepuk M. Yamin, namely 96 customers who visit Ayam Gepuk M. This study uses non-probability sampling with a sample withdrawal method using incidental sampling. The data collection technique in this study uses the questionnaire method. The data analysis in this study uses simple linear regression analysis. The results of the validity test of the questionnaire items showed that all statement items in the customer satisfaction variable (X) showed the value of $r_{\text{calculated}} > r_{\text{table}}$ so it can be said that the customer satisfaction variable questionnaire (X) was valid. The results of the hypothesis test analysis show that the value of $\text{sig} < \alpha$ or $0.000 < 0.050$, then there can be a significant influence of service quality on customer satisfaction at Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda City. So, it can be concluded that the quality of service has a significant influence on the level of consumer satisfaction at Ayam Gepuk M Yamin Samarinda.

Keywords: service quality, customer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Gepuk M Yamin Samarinda. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen penikmat Ayam Gepuk M. Yamin yaitu 96 orang pelanggan yang mengunjungi Ayam Gepuk M. Penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode penarikan sample menggunakan incidental sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil pengujian validitas item kuesioner menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel kepuasan pelanggan (X) menunjukkan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga dapat dikatakan kuesioner variabel kepuasan pelanggan (X) valid. Hasil analisa uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai $\text{sig} < \alpha$ atau $0.000 < 0,050$, maka dapat terdapat Pengaruh Kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Gepuk M. Yamin Kota Samarinda. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memilikipengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Ayam Gepuk M Yamin Samarinda.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan berbagai jenis usaha yang disesuaikan dengan kebutuhan manusia yang juga semakin hari semakin kompleks. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Konsumen saat ini tidak hanya mencari produk dengan kualitas yang baik, tetapi juga pengalaman pelayanan yang memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peluang usaha seiring dengan bertambahnya kebutuhan manusia tersebut. Masyarakat modern saat ini menginginkan hal yang serba praktis termasuk pada pemenuhan pada kebutuhan pokoknya seperti makanan.

Kebutuhan akan makanan yang praktis ini memunculkan berbagai tempat usaha yang menyediakan berbagai macam makanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar. Pamela (2014) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi masyarakat sudah bergeser pada hal-hal yang praktis termasuk makan. Hal ini menunjukkan bahwa pembukaan warung makan sebagai salah satu alternatif pemenuhan kebutuhan sudah sangat sesuai dan tepat.

Banyaknya pihak yang berlomba-lomba membuka usaha dalam bidang makanan ini membuat persaingan usaha dapat dilihat dengan jelas. Puspasari (2019) menjelaskan bahwa usaha kuliner atau makanan berdiri dimana-mana dan semakin banyak jumlahnya sehingga persaingan usaha tidak terhindarkan. Oleh karena itu setiap jenis usaha makanan mencoba memberikan yang terbaik bagi pelanggan agar dapat bersaing dengan usaha lainnya. Menciptakan suasana makanan yang menyenangkan, pilihan menu yang beragam, fasilitas yang baik merupakan beberapa strategi yang harus diperhatikan.

Kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk bagi pelanggan. Tujuan dari organisasi bisnis adalah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya (Munawaroh, 2015). Definisi kualitas menurut para ahli akan dipaparkan pada pembahasan di bawah ini. Kotler & Keller (2016), menjelaskan bahwa kualitas layanan sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Definisinya menekankan pada fokus pelanggan. Hermawan (2018) kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Kualitas pelayanan yang diberikan juga penting dalam menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan bagi pelanggan. Tjiptono dalam Ibrahim, dkk (2019) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaian dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat

penting untuk di perhatikan. Kualitas pelayanan yang baik secara tidak langsung akan membuat pelanggan puas. Di Samarinda sendiri makanan yang menjadi khas adalah ayam gepuk.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di Ayam Gepuk M. Yamin diketahui bahwa jumlah pengunjung setiap harinya mengalami peningkatan dan termasuk tempat makan yang ramai dibandingkan dengan usaha kuliner sejenis di sekitarnya. Berdasarkan Observasi awal diketahui bahwa terdapat pelanggan tetap atau pelanggan yang sudah 2 hingga 3 kali bahkan lebih yang berkunjung ke ayam gepuk yang ada di M. Yamin kota Samarinda, diungkapkan para pengunjung tetap bahwa ayam gepuk M. Yamin memiliki rasa yang enak, kualitas makanan yang baik selain itu diungkapkan bahwa karyawan ayam gepuk melayani dengan ramah sehingga pelanggan nyaman untuk kembali, namun beberapa pengunjung tetap yaitu sebanyak 6 orang mengeluhkan beberapa hal yang tidak nyaman yaitu berkaitan dengan tempat atau lokasi ayam Gepuk yang berada di pinggir jalan sehingga sulit mendapatkan akses tempat parkir, selain itu harga yang ditawarkan memang sedikit lebih mahal dibandingkan dengan tempat makan ayam lalapan lain di sekitaran Samarinda. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa kurang puas selama menikmati sajian di Ayam Gepuk M Yamin Samarinda. Namun dengan pengalaman makan yang kurang menyenangkan tersebut sebanyak 10 pelanggan yang ditemui menyatakan bahwa pernah merekomendasikan makan ayam gepuk M. Yamin kepada sanak saudara maupun kolega yang ada. Merekomendasikan tempat merupakan salah satu indikator kepuasan pelanggan sehingga meskipun pengalaman makan kurang menyenangkan namun pelanggan tetap merasa puas sehingga merekomendasikan pada koleganya.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen penikmat Ayam Gepuk M. Yamin. Jumlah pelanggan yang mengunjungi Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda Jumlahnya tidak diketahui dengan pasti dikarenakan pelanggan yang ada silih berganti dan tidak tetap setiap harinya oleh karena itu populasi dalam penelitian ini adalah tak terbatas atau tak hingga. Penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan metode penarikan sampel menggunakan *incidental* sampling, menurut Sugiyono (2017) *incidental* sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemudengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data Adapun dalam penelitian ini yang dianggap cocok

sebagai responden ialah pelanggan Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda yang telah berkunjung dan makan lebih dari 3 kali di Ayam Gepuk M. Yamin.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dalam penelitian ini berfungsi untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen ayam gepuk M. Yamin. Penilaian kuesioner dalam penelitian menggunakan skala 5. Pada penelitian ini analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana, Sugiyono (2017) analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen.

Kemudian langkah analisa dalam penelitian ini adalah uji validitas, yaitu corrected item total correlation dengan taraf kesalahan sebesar 5% dan pengujian ini akan dikatakan valid jika setiap butir pernyataan yang digunakan akan menghasilkan r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikansi 5% menggunakan program SPSS 26. Uji t, yaitu uji koefisien regresi parsial, yang dilakukan untuk mengetahui signifikansi parsial peran variabel independen dalam variabel dependen, dengan asumsi variabel penjelas lainnya konstan. Pada tahap terakhir untuk mengukur derajat besaran pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakan uji koefisien determinasi, Ghazali (2013: 97) koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari konsumen Ayam Gepuk M Yamin Samarinda yang melakukan pembelian produk. Baik yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin akan disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	22	22,91 %
Perempuan	74	77,09%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Pada tabel di atas memperlihatkan bahwa responden yang diteliti sebagian besar yang berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 74 orang atau setara dengan 77,09% dari keseluruhan responden.

Tabel 2. Responden Penelitian Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Presentase (%)
13-23 tahun	76	79,16 %
24-35 tahun	12	12,05%
36-45 tahun	4	4,16%
diatas 45 tahun	4	4,16%
Total	96 Responden	100%

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa usia responden berkisar 13-23 tahun yaitu berjumlah 76 orang atau setara dengan 79,16% dan usia responden yang terendah yaitu di 36-45 tahun dan diatas 45 tahun berjumlah sama yaitu masing-masing 4 orang atau setara 4,16% dari total keseluruhan responden.

Tabel 3. Subjek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	69	71,87%
Pegawai Negeri Sipil	5	5,2%
Karyawan Swasta	8	8,3%
Ibu Rumah Tangga	3	3,1%
Wiraswasta	2	2,08%
Lainnya (..)	9	9,3%
Total	94	100%

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa yaitu berjumlah 69 orang atau setara 71,87% dan responden terendah diperoleh dari pekerjaan sebagai wiraswasta yang berjumlah 2 orang atau setara 2,08% dari keseluruhan responden.

**Tabel 4. Uji t
Coefficients^a**

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,057	1,578		4,472	,000
	Kualitas Pelayanan	,488	,029	,869	17,015	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan di aplikasi spss versi 26, maka diperoleh tabel diatas yang diketahui bahwa nilai t hitung = 17,015 yang lebih besar dari t table = 1,984 dengan taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel (kualitas pelayanan) terhadap variabel y mempunyai pengaruh yang signifikan atau dengan kata lain H0 diterima. Selain itu juga dapat dilihat bahwa nilai sig < a atau $0,000 < 0,050$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Gepuk M. Yamin Kota Samarinda.

Tabel 5. Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7927,169	1	7927,169	289,513	,000 ^b
	Residual	2573,821	94	27,381		
	Total	10500,990	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan di aplikasi spss versi 26, maka diperoleh tabel diatas yang diketahui bahwa nilai F hitung = 289,513 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,050$, maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadapkepuasan pelanggan.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	justed R Square	Error of the Estimate
1	,869 ^a	,755	,752	5,233

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan output yang diperoleh dari aplikasi SPSS versi 26 diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,869. Kemudian dari output tersebut pula diperoleh (R Square) sebesar 0,755 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 75,5%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang dilakukan pada penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Koefisien regresi yang diperoleh dari analisis menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan berdampak pada variabel kepuasan konsumen. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah makan Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan.

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ayam Gepuk M Yamin Samarinda. Keempat indikator kualitas pelayanan, *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, dan *empathy* secara kolektif membentuk pengalaman konsumen yang positif dan berkontribusi pada kesuksesan bisnis. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam manajemen kualitas pelayanan untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan konsumen dalam industri kuliner. Kualitas pelayanan, yang mencakup berbagai dimensi seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, menjadi fondasi bagi terciptanya kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa bahwa pelayanan yang mereka terima memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka, maka kemungkinan besar mereka akan merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan tidak memenuhi standar yang diharapkan, maka kepuasan konsumen akan menurun. Proses terjadinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk persepsi konsumen terhadap kinerja perusahaan dalam memenuhi harapan mereka. Kualitas pelayanan yang tinggi akan menciptakan persepsi positif pada konsumen, sehingga mereka merasa bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah terpenuhi dengan baik. Persepsi positif ini kemudian akan memicu munculnya perasaan puas.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Arisandi & Surono, 2016), menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, dengan koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan mahasiswa. Penelitian lain oleh (Sarnia dkk., 2022) juga menunjukkan bahwa beban kerja dan fasilitas berkontribusi signifikan terhadap kualitas pelayanan. Penelitian ini sejalan dengan temuan (Nella & Swastiko, 2023) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan masyarakat.

Dalam konteks ini, kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, dan kenyamanan tempat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Ayam Gepuk M. Yamin berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan tingkat kepuasan konsumen di Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda. Kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan persepsi positif konsumen terhadap merek Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda. Konsumen yang merasa dilayani dengan baik cenderung memiliki kesan yang baik pula terhadap produk yang ditawarkan, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Kedua, kualitas pelayanan yang baik juga dapat mengurangi tingkat disonansi kognitif pada konsumen. Disonansi kognitif adalah ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kenyataan yang dialami setelah melakukan pembelian. Ketika konsumen merasa bahwa pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka tingkat disonansi kognitif akan rendah, sehingga konsumen cenderung merasa puas dengan keputusan pembeliannya. Ketiga, kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan ikatan emosional antara konsumen dan merek. Konsumen yang merasa diperhatikan dan dihargai oleh pihak penyedia jasa cenderung mengembangkan loyalitas terhadap merek tersebut. Loyalitas konsumen ini akan berdampak positif bagi bisnis Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Temuan penelitian ini memiliki sejumlah implikasi penting bagi Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda. Pertama, perusahaan perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan, memperbaiki fasilitas, dan mendengarkan masukan dari konsumen. Kedua, perusahaan perlu mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan mengetahui dimensi-dimensi yang paling penting, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada aspek-aspek tersebut. Ketiga, perusahaan perlu membangun sistem monitoring dan evaluasi kualitas pelayanan secara berkala. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan yang telah dilakukan memberikan hasil yang optimal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang juga menemukan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di berbagai sektor bisnis, termasuk industri kuliner (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; Kotler & Keller, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam membangun kepuasan konsumen dan pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen

terhadap suatu merek atau bisnis. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda. Oleh karena itu, pihak manajemen perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam membangun kepuasan pelanggan dan pada akhirnya berdampak pada keberhasilan bisnis. Setelah mengidentifikasi lebih dalam dan dengan hasil dan rangkaian hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penulis mengemukakan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dalam berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kebersihan lingkungan, dan kualitas makanan, secara langsung berkontribusi pada peningkatan tingkat kepuasan pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan cenderung memberikan penilaian positif dan memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk melakukan pembelian ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Saran untuk Ayam Gepuk M Yamin Samarinda adalah dengan meningkatkan variasi menu, yaitu dengan memperkaya variasi menu, Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memenuhi selera yang beragam. Kemudian melakukan inovasi rasa, yaitu dengan melakukan inovasi rasa secara berkala, Ayam Gepuk M. Yamin Samarinda dapat mempertahankan minat pelanggan dan menciptakan tren baru. Selanjutnya untuk memperoleh kepuasan pelanggan yang maksimal, Ayam Gepuk M Yamin Samarinda dapat memberikan pelatihan tambahan kepada karyawan agar lebih proaktif dalam melayani pelanggan. Namun, perlu diingat bahwa reputasi yang baik harus terus dijaga melalui konsistensi kualitas dan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, D. (2021). *Pola Komunikasi Pemasaran Cafe Beranda Depan Dalam Menyikapi Dampak Covid-19* (Doctoral Dissertation, Umsu).
- Apriyani, d, A., & sunarti. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasankonsumen (Survei pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 51(2), 1–7. www.bisnissurabaya.com
- Arisandi, D., & Surono, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Dosen Terhadap Kepuasan Pelayanan Mahasiswa Di Universitas Majalengka. *Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 235–238. <https://doi.org/10.32534/jv.v11i2.1503>
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 55–63. <https://doi.org/10.46821/ekobis.v1i2.28>
- Fakhrunisa, S. A. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran 372 Kopi Di Bandung Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran 372 Kopi Di Bandung* (Doctoral Dissertation, Fisip Unpas).
- Faradiba, F., & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 59-69.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 175-182.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on SoftwareEngineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Izzani, E. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Cicil. Co. Id Dalam Menumbuhkan Kesadaran Merek Dikalangan Mahasiswa* (Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Lestari, M., Mandasari, N., & Firdiansyah, D. (2021). Penerapan Model Pembelajaran Example non example Terhadap Hasil Belajar Ipa Siswa Kelas V Sd Negeri Babat. *Ljese: Linggau Journal of Elementary School Education*, 1(2), 24-29.
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 355– 370. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1215>

- Kurriwati, N. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Eco-Entrepreneur*, 1(1), 48-55.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa*.
- Muawanah, I. (2019). *Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa Iain Metro)* (Doctoral Dissertation, Iain Metro).
- Munawaroh, M. (2005). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan Di Yogyakarta. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Narendra, M. P., Skarayadi, O., Duda, M., & Adirestuti, P. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. *Kartika: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 5(1), 31-37.
- Nella, M., & Swastiko, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Camat Kalidoni Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Sosial*, 18(2), 164–174. <https://doi.org/10.62128/jiads.v18i2.75>
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Pamelia, I. (2018). Perilaku konsumsi makanan cepat saji pada remaja dan dampaknya bagi kesehatan. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 14(2), 144-153.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2016). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Pebriani, H. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Terhadap Keaktifan Belajar Siswa (Penelitian Kuantitatif Pada Siswa Kelas V Sekolah Dasar Di Desa Mekarsari Kecamatan Pasirjambu)* (Doctoral Dissertation, Fkip Unpas).
- Puspasari, H. U. D. (2019). Persaingan Usaha pada Industri Kuliner (Studi Tentang Bentuk Persaingan dan Strategi dalam Menghadapi Persaingan antar Pelaku Usaha Kuliner Sate Ayam di Kabupaten Ponorogo) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Rasya, N. R., Istijarno, A. A., Yasmin, S. N., & Ratnasari, I. (2023). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pengguna Gopay Di Jabodetabek. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen Malahayati (JRAMM)*, 12(3), 179–186. <https://doi.org/10.33024/jur.jeram.v12i3.7045>
- Safitri, I. M., Sari, N., & Fachrurrozi, K. (2021). Pengaruh Tempat, Harga Jual, Produk, serta Keramahan Pedagang Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif

Marketing Syariah. *EKOBIS SYARIAH*, 3(1), 25.
<https://doi.org/10.22373/ekobis.v3i1.10037>

Sarnia, S., Manaf, S., & Mahmud, A. (2022). Pengaruh Beban Kerja Tenaga Kesehatan Dan Fasilitas Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Siontapina Kabupaten Buton. *Administratio Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 50–64.
<https://doi.org/10.55340/administratio.v11i1.742>

Slamet, A. S. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada coffee shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10(2), 118-132.

Sukardi, H. M. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta

Surya Pramono, A., & Sri Gunarsih, S. H. (2021). *Peran Pemerintah Desa Kebonan Dalam Mencegah Penyebaran Virus Covid-19 (Studi Kasus Di Desa Kebonan, Kecamatan Karanggede, Kabupaten Boyolali)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan PelangganKedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru. *Journal Development*, 6(1), 47-60.

T., & Setan, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Suasana Toko*.1(1), 1–17.

Thungasal, C. E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7(1).

Wibisono, A., & , S. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”* 6(2),32.
<https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>

Wibowo, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 67-81.

Wijaya, B. S. (2021). Pengendalian Kualitas Pengemasan Kedelai dengan Metode Seven Tools DiPt. Sari Agrotama Persada (Satp).

Yanti, A. A. L. (2020). *Implementasi Kebijakan Dalam Meningkatkan Disiplin Terhadap Kinerja Pegawai Pada Satuan Polisi Pamong Praja Dan Kebakaran Kabupaten Tapin* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab).