

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hoka Hoka Bento Cabang Kelapa Gading

Sarah Muthia Afanin¹, Rudianto Hermawan²,
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia
Email: sarahmuthia22@gmail.com, rudi.stiami@gmail.com

Abstract.

This research aims to determine the effect of the variables Service Quality (X1) and Price (X2) on Customer Satisfaction (Y) at Hoka Hoka Bento Kelapa Gading Branch. Data was collected through questionnaires distributed to 140 respondents and analyzed using IBM SPSS Statistics 27. The results of the analysis show that the average value of the Service Quality and Price variables is 4.32 and 4.28 respectively, which indicates the "Strongly Agree" or "Very good". Analysis was carried out using Correlation Coefficient, Multiple Linear Regression, Coefficient of Determination, as well as Simultaneous Analysis and T Test to measure the influence of the independent variable on the dependent variable. The results of the correlation coefficient analysis show that Service Quality has a strong relationship with Customer Satisfaction ($r = 0.835$), while Price also shows a strong relationship with Customer Satisfaction ($r = 0.777$). Multiple linear regression analysis produces the equation $Y = 2.534 + 0.535X1 + 0.383X2$, indicating that Service Quality and Price positively influence Customer Satisfaction. The test results show that the t-value for Service Quality is 10.037 ($p < 0.05$) and for Price is 6.473 ($p < 0.05$), which shows that these two variables have a significant individual effect on Customer Satisfaction. Furthermore, the results of the simultaneous analysis show an F-count value of 238.612 ($p < 0.05$), which indicates that Service Quality and Price simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction. Analysis of the coefficient of determination shows that Service Quality and Price together explain 76.1% of the variation in Customer Satisfaction. This research strengthens previous findings regarding the importance of Service Quality and Price in influencing.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Sarah Muthia Afanin adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. Corresponding Author: sarahmuthia22@gmail.com, rudi.stiami@gmail.com

How to cite this article : Afanin Sarah Muthia, Hermawan Rudianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hoka Hoka Bento Cabang Kelapa Gading", *Adbispreneur*, 5 (1), pp. 87 - 93. Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Persaingan di dunia bisnis semakin hari semakin ketat, sehingga para pemasar harus terus meningkatkan kualitas produk dan strategi mereka untuk bisa bertahan di era globalisasi dan

menjadi pemimpin pasar. Ketika perbedaan kualitas produk sejenis dari perusahaan pesaing semakin tipis, kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi faktor penentu untuk memenangkan persaingan. Hal ini berdampak pada dunia bisnis restoran yang semakin kreatif dan inovatif. Sebagai salah satu industri yang tumbuh pesat dan mencerminkan gaya hidup modern, bisnis penyajian makanan dan minuman seperti restoran, kafe, kedai kopi, serta restoran di hotel, mengalami perkembangan seiring dengan budaya makan di luar rumah dan meningkatnya aktivitas masyarakat di luar rumah.

Penting untuk diingat bahwa kualitas produk dan layanan merupakan aspek krusial dalam keberlangsungan bisnis dan memenangkan persaingan. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam bertahan sangat bergantung pada kemampuannya memberikan layanan yang memuaskan pelanggan. Kualitas produk dan layanan bisa menjadi keunggulan kompetitif yang membantu perusahaan memenangkan persaingan, namun juga bisa menjadi kelemahan yang berpotensi menghancurkan posisi perusahaan di dunia bisnis yang semakin kompleks. Selain kualitas produk dan layanan, harga dan promosi juga berperan penting dalam mencapai kepuasan pelanggan. Menurut laporan dari situs detik.com tahun 2021, jaringan restoran cepat saji KFC berhasil mencetak penjualan sebesar US\$ 334,4 juta, menjadikannya restoran dengan penjualan tertinggi di Indonesia. Selain KFC, McDonald's dan Pizza Hut juga mendominasi pasar layanan makanan di Indonesia. Berdasarkan data dari Top Brand Indeks, sejak tahun 2021, KFC menempati peringkat pertama dengan persentase 36%, diikuti oleh McDonald's dengan 25,4%.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Hoka Hoka Bento Kelapa Gading (ribu)

| Bulan | Jumlah Pengunjung |
|----------|-------------------|
| Desember | 25.000 |
| Januari | 28.500 |
| Februari | 25.000 |
| Maret | 30.000 |

Sumber : Hoka Hoka Bento Kelapa Gading

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pengunjung Hoka Hoka Bento cabang Kelapa Gading mengalami penurunan dan peningkatan yang tidak stabil. Terjadinya penurunan diperkirakan karena masyarakat lebih memilih restoran cepat saji lainnya maka konsumsi pelanggan Hoka Hoka Bento Cabang Kelapa Gading bisa mengalami penurunan. Namun, terjadinya peningkatan pelanggan juga terjadi karena Hoka Hoka Bento melakukan promosi dan diskon yang agresif.

Dari sekian banyak Restoran fast food yang ada di Jakarta Utara, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Hoka Hoka Bento Kelapa Gading. Hoka Hoka Bento Kelapa Gading terletak pada blok wa 2, Jl. Boulevard Raya Jl. Raya Venesia No.Raya 11, RT.11/RW.15, East Kelapa Gading, Kelapa Gading, North Jakarta City, Jakarta 14240. Hoka Hoka bento sendiri adalah sebuah restoran cepat saji yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Hoka Hoka Bento menyajikan makanan 25 bergaya Jepang. Nama "Hoka Hoka Bento" berasal dari bahasa Jepang yang berarti "makanan hangat dala kotak" restoran ini didirikan pada 18 april 1985 oleh PT Eka Bogainti dan telah berkembang menjadi jaringan luas dengan 170 gerai atau mungkin lebih di seluruh Indonesia. Hoka Hoka Bento sendiri terkenal dengan menu bento yang lengkap termasuk salad dan gorengan. Hoka Hoka Bento juga memiliki motto "Rasanya Pas dengan Selera Kita" yang menunjukkan kesediaan untuk menyesuaikan rasa makanan dengan lidah dan selera orang Indonesia.

LITERATUR REVIUW

Kajian Pustaka

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah konsep yang tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap excellence (keterandalan) dan sales counter yang di lakukan oleh pelanggan” hal tersebut dijelaskan menurut Lesmana dan Ratnasari (2019:118). Variabel Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Agunan Jaminan dan Empati secara bersama-sama dan parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan adalah bagian dari Kualitas pelayanan menurut Krisdanti dan Sunanti (2019:37). Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui taraf tingkat Kepuasan pelanggan.

2. Harga

Harga merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Harga juga merupakan satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Menurut Assauri (2014:223), harga yaitu merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya unsur biaya saja. Menurut Koetler dan Amstrong (2012:345), harga adalah sejumlah uang yang ditagih atau suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

3. Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa Latin “Satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (Tjiptono dalam Sarjono, 2007). Kepuasan asal katanya adalah puas yang berarti merasa senang, lega, kenyang, dan sebagainya karena sudah merasa secukup-cukupnya atau sudah terpenuhi hasrat lainnya (Suharno dan Retnoningsih, 2012: 393). Pengertian kepuasan lain menurut Simamora dalam Winarsih, 2007: 22) adalah istilah evaluatif yang menggambarkan suka dan tidak suka dengan apa yang didapatkan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapanharapannya (Kotler dalam Winarsih, 2007: 22).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu dengan metode meneliti status, kelompok manusia, suatu objek, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas. Kegiatan dalam penelitian deskriptif meliputi pengumpulan data dalam rangka untuk pengujian hipotesis dan menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan waktu sedang berjalan dari pokok suatu penelitian. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018, hlm.14) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) yang di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak (random), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian objektif, dan analisis data bersifat jumlah atau banyaknya (kuantitatif) atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi suatu variabel dan berapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang lain Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bertujuan untuk mengkaji rumusan masalah nomor 1 (satu)

hingga nomor 3 (tiga), yaitu untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Harga terhadap Kepuasan Customer serta seberapa besar pengaruh keduanya terhadap Kepuasan Pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Hoka Hoka Bento Cabang Kelapa Gading

Berdasarkan hasil pengujiannya, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian bahwa nilai koefisien X1 sebesar 0,535 yang berarti setiap kualitas pelayanan bertambah 1 satuan maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,535 dengan asumsi variabel lain yang tidak diteliti.

Bukti lainnya juga dapat dilihat pada hasil pengujian Uji T. Nilai t hitung yang dimiliki variabel kualitas pelanggan lebih besar dari nilai t tabel yaitu $10,037 > 1,976$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Dengan ini maka hipotesis 1 diterima yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan rekapitulasi data yang telah dilakukan, pernyataan tentang kelengkapan ruang, interior, dan fasilitas di Hoka Hoka Bento Branch Kelapa Gading memperoleh skor terkecil 4,19, dan pernyataan tentang keramahan karyawan dalam memenuhi permintaan pelanggan memperoleh skor tertinggi 4,46. Meskipun responden secara umum menilai fasilitas sebagai "baik", kekhawatiran tentang kenyamanan atau kelengkapan yang diharapkan oleh pelanggan muncul, dengan skor terkecil 4,19. Hal ini bisa disebabkan oleh masalah dengan desain interior, perawatan fasilitas, atau kurangnya inovasi. Sebaliknya, responden yang menerima skor tertinggi 4,46 menunjukkan bahwa mereka sangat puas dengan keramahan karyawan dalam melayani pelanggan dan menanggapi permintaan mereka, yang merupakan kekuatan utama pelayanan restoran ini. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan telah berhasil menciptakan lingkungan yang ramah dan hangat sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. Pelatihan yang baik dan perhatian manajemen terhadap layanan pelanggan mungkin menjadi penyebab skor tinggi ini. Secara keseluruhan, perbedaan skor ini menunjukkan bahwa ada hal-hal yang perlu diperbaiki dan kekuatan yang harus terus dipertahankan agar Hoka Hoka Bento dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

Dari hasil analisis yang diperoleh diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya. Seperti menurut (Wulandari, Ini Kadek Aprilia, 2023) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Singaraja" Menunjukkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian maka dapat ditarik simpulan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Hoka Hoka Bento Cabang Kelapa Gading

Berdasarkan hasil pengujiannya, variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian bahwa nilai koefisien X2 sebesar 0,383 yang berarti setiap harga bertambah 1 satuan maka variabel kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,383 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti.

Bukti lainnya juga dapat dilihat pada hasil pengujian Uji T. Nilai t hitung yang dimiliki variabel harga lebih besar dari nilai t tabel yaitu $6,473 > 1,976$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Dengan ini maka hipotesis 2 diterima yaitu harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan rekapitulasi nilai yang telah dilakukan, skor terkecil, 4,17, dikaitkan dengan fakta bahwa harga Hoka Hoka Bento Branch of Peach adalah lebih rendah dibandingkan dengan

pesaing. Meskipun angka ini masih termasuk dalam kategori "baik", angka yang lebih rendah menunjukkan bahwa sebagian orang menganggap Hoka Hoka Bento tidak kompetitif dalam hal harga jika dibandingkan dengan pesaingnya. Mungkin ada keyakinan bahwa pengalaman atau kualitas yang ditawarkan tidak sebanding dengan harga yang ditetapkan, yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Sementara itu, skor tertinggi adalah 4,57 untuk pernyataan bahwa harga Hoka Hoka Bento sesuai dengan kebersihan makanan. Skor ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari responden, yang menunjukkan bahwa mereka menganggap kebersihan makanan sebagai hal yang paling penting. Penilaian positif ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa responden sangat memperhatikan standar kebersihan dan kualitas makanan yang disajikan, sehingga mereka merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh Hoka Hoka Bento memenuhi kebutuhan mereka.

Dari hasil analisis yang diperoleh diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya. Seperti menurut (Desy Permatasari dan Tri Harsini Wahyuningsih, 2020) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta" Menunjukkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian maka dapat ditarik simpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Pada Hoka Hoka Bento Cabang Kelapa Gading

Berdasarkan hasil pengujiannya, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif secara bersama sama atau simultan terhadap keputusan pembeliana. Hal ini dibuktikan pada nilai F hitung yang lebih besar dari pada F tabel, yaitu sebesar $238,612 > 3,06$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis 3 diterima yaitu kualitas pelayanan dan harga secara imultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembuktian lainnya dapat dilihat pada tabel koefisiensi determinasi. Nilai koefisien determinasinya adalah sebesar 0,761. Maka variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) memberikan pengaruh sebesar 76,1% terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Dengan hasil tersebut maka dapat diartikan bahwa sisa sebesar 23,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis nilai sebelumnya, skor terkecil adalah 4,32, yang dikaitkan dengan fakta bahwa karyawan mudah dihubungi ketika diperlukan. Meskipun skor ini masih bagus, angka ini menunjukkan bahwa beberapa responden merasa bahwa karyawan kurang responsif atau mudah diakses. Hal ini mungkin disebabkan oleh keadaan di mana pelanggan merasa tidak mendapat tanggapan yang cepat atau cukup dari karyawan ketika mereka membutuhkan bantuan, yang dapat berdampak pada pengalaman secara keseluruhan. Sedangkan tekstur nasi dan pengemasan yang rapi dan bersih dari Hoka Hoka Bento Branch Peach memberikan skor rata-rata tertinggi, 4,43, berdasarkan data yang diberikan. Kualitas bahan makanan dan perhatian terhadap detail pengemasan adalah dua komponen utama pengalaman bersantap yang memiliki kepuasan pelanggan yang tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh skor ini. Nasi dengan tekstur yang baik sangat penting untuk disajikan, terutama dalam masakan Jepang, di mana nasi adalah bahan pokok. Pengemasan yang bersih dan rapi juga menunjukkan profesionalisme dan komitmen terhadap kebersihan, yang tentu saja sangat penting bagi pelanggan saat memilih tempat makan.

Dari hasil analisis yang diperoleh diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya. Seperti menurut (Dinda Dhea Annisa dan Taufiqq Risal, 2023) dengan judul "Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Hut Plaza Medan Fair" Menunjukkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian maka dapat ditarik simpulan

bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil diatas, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Secara terpisah atau parsial, variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperoleh nilai R^2 sebesar 0,697 maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 69,7%.
- 2) Secara terpisah atau parsial, variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperoleh nilai R^2 sebesar 0,603 maka dapat diartikan bahwa variabel harga dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 60,3%
- 3) Variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperoleh nilai adjusted R^2 sebesar 0,761 maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 76,1%, sisa sebesar 23,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). Manajemen Pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ahiyoso, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan Digital Printing Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(4)
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV. Alfabeta.
- Annisa, D. D., & Risal, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza Hut Plaza Medan Fair. Diakses dari [https://kemdikbud.go.id] (<https://kemdikbud.go.id>)
- Aulia, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(5).
- Candy. (2016). Kualitas Pelayanan Jasa Percetakan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tri Jaya Mandiri. *Bisma*, 1(8).
- Cahyani, S., & Sitohang. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3).
- Darmawati. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Memakai Jasa Percetakan CV. Rahmat Nur di Semarang. *Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1).
- Diza, Moniharapon, & Ogi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. FIFGroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109-119.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro. H. (2003). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elex Media Komputindo.

- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Duwa. *Jurnal Manajemen DeReMa*, 1(1), 39-92.
- Hayati, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 1(1), 49-56.
- Sudartono, T. (2022). *Kewirausahaan UMKM Di Era Digital*.
- Japarianto, E. (2018). Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. Studi Kasus pada Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Klaten.
- Jayanti, W. U., Utomo, S. W., & Murwani, J. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kabupaten Ngawi. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 1(2), 60-94.
- Jahanshahi, A. A., et al. (2011). Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(7).
- Kaihatu, T. S. (2008). Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurusan Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-7.
- Kotler, P. (2005). *Marketing Management [Manajemen Pemasaran Jasa]* (Alih bahasa: J. Wasana). Klaten: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Nastiti, S. D., & Budiadi, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Klinik Kecantikan "Nanisa Beauty & Dental Clinic".
- Permatasari, D., & Wahyuningsih, T. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta.
- Shanin, A. (2004). SERVQUAL and Model Of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Service. *Journal Department of Management*, 4- 10.
- Sigit, R. D., & Oktafani, F. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada IFI Futsal Bandung). *Jurnal Manajemen, Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 66-90.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wardhani, et al. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa ogistik.
- Yamanhadi, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Cabang Salemba Raya. Diakses dari <http://repository.stei.ac.id/7367/8/LAMPIRAN.pdf>