

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dim Sum Frozen Food Kunyah.Inaja di Cengkareng

Vienna Artina Sembiring*, Wijayanti Dewi Prabandari, Melanie Indah Sari

¹Institut Pariwisata Trisakti

*viena.artina@iptrisakti.ac.id

Informasi Artikel

Received: 14 Oktober 2023

Accepted: 11 November 2023

Published: 17 November 2023

Keywords:

Service Quality, Customer Quality

Abstract

The aim of the research is to determine the effect of service quality on customer satisfaction of Dim Sum Frozen Food Kunyah.Inaja in Cengkareng. The method used in this research is a quantitative descriptive method, a sampling technique, namely an accidental sampling technique, data obtained from the results of distributing questionnaires to all customers who bought food at Kunyah.inaja, a total of 83 respondents. Based on the research results, it is stated that there is an influence of Service Quality on Customer Satisfaction at Kunyah.inaja Cengkareng. The quality of service at Kunyah.inaja has a positive impact on customer satisfaction, with high quality contributing to loyalty, preventing customer turnover, and various other benefits. Kunyah.inaja's success in providing superior services supports operational efficiency, advertising effectiveness, and improves business reputation, with customer satisfaction as the main key to maintaining and improving their position in the market. Suggestions for Sum Frozen Food Kunyah.Inaja in Cengkareng regarding service quality are: (1) Maintain consistent quality raw materials; (2) Provide employee training for interpersonal skills and product knowledge; (3) Monitor and evaluate the service process; (4) Quick response to customer complaints, because satisfaction is often formed from the experience of handling positive complaints.

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dim Sum Frozen Food Kunyah.Inaja di Cengkareng. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, teknik sampling yaitu teknik accidental sampling data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada seluruh pelanggan yang membeli makanan di Kunyah.inaja sejumlah 83 responden. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kunyah.inaja Cengkareng. Kualitas pelayanan di Kunyah.inaja memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan, dengan kualitas yang tinggi berkontribusi pada loyalitas, pencegahan perputaran pelanggan, dan berbagai manfaat lainnya. Keberhasilan Kunyah.inaja dalam menyediakan layanan unggul mendukung efisiensi operasional, efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis, dengan kepuasan pelanggan sebagai kunci utama untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi mereka di pasar. Saran untuk Sum Frozen Food Kunyah.Inaja di Cengkareng terkait kualitas pelayanan adalah: (1) Jaga konsistensi bahan baku berkualitas; (2) Berikan pelatihan karyawan untuk keterampilan interpersonal dan pengetahuan produk; (3) Pantau dan evaluasi proses pelayanan; (4) Tanggap cepat terhadap keluhan pelanggan, karena kepuasan sering terbentuk dari pengalaman menangani keluhan yang positif.

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Usaha *frozen food* merupakan salah satu bisnis yang saat ini sedang diminati oleh pelaku kuliner. Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam strategi pemasaran. Di era globalisasi ini, digitalisasi mendominasi, sehingga untuk berhasil dalam bisnis, penting untuk memiliki pemahaman teknologi dan mengikuti tren terkini. Perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan guna menjaga kepuasan mereka (Solehudin et al, 2023).

Dalam bisnis kuliner, aspek utama bukan hanya rasa dan kualitas produk, tetapi juga kepuasan pelanggan yang menjadi perhatian utama perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus merancang strategi yang mendukung kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi relevan (Prasastono & Pradapa, 2012).

Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan melibatkan cara pelayanannya, mulai dari prosedur pelayanan hingga penanganan keluhan. Bila semua faktor ini dikelola dengan baik, hal tersebut akan berdampak positif pada loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut. Pelayanan memegang peranan penting dalam situasi persaingan di pasar, bahkan jika produk atau jasa yang ditawarkan serupa. Perbedaan dalam pelayanan kepada pelanggan dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu bisnis (Fikri et al., 2016).

Pelanggan dianggap sebagai salah satu aset berharga bagi sebuah perusahaan, dan pertumbuhan jumlah pelanggan berkontribusi pada kesuksesan bisnis. Kualitas pelayanan yang diberikan harus bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal (Maulana, 2016).

Kunyah.inaja adalah sebuah usaha kuliner yang fokus pada makanan beku, terutama dimsum. Usaha ini berlokasi di Citra Garden 6 Blok H 6A No.9, Cengkareng, dan aktif dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai alat promosi penjualan. Terdapat juga testimoni positif yang mencerminkan rasa dan pelayanan yang diberikan oleh Kunyah.inaja kepada konsumen. Testimoni ini dapat mencerminkan hubungan antara kualitas pelayanan dan tingkat pembelian produk dari Kunyah.inaja.

Penelitian yang dilakukan oleh Maknunah & Astuningtyas (2021) menunjukkan bahwa mengembangkan dasar yang kuat untuk terhubung jalinan yang baik terhadap konsumen maka membutuhkan kualitas layanan yang memiliki kualitas yang baik. Pelayanan tidak bisa diwujudkan dengan seketika tetapi wajib diwujudkan dengan perlahan dan seksama.

Penelitian yang dilakukan oleh Setyawati (2023) menunjukkan bahwa indikator pelayanan mencakup kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan yang menekankan pentingnya menciptakan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan, di mana mereka merasa dihargai dan diprioritaskan dalam setiap interaksi dengan penyedia layanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tampanguma et al., (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf Rumah Es Miangas juga berperan penting. Karyawan yang ramah, efisien, dan selalu siap membantu pelanggan menciptakan pengalaman yang positif. Karyawan yang dapat dengan cepat merespons permintaan pelanggan dan menangani keluhan dengan baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratnaningtyas et al., (2023) menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan produk, pelayanan, dan lingkungan akan cenderung menjadi pelanggan setia dan mungkin juga akan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Umpan balik dari pelanggan sangat penting untuk mendengarkan saran dan kritik, dan berupaya untuk memperbaiki pelayanan mereka berdasarkan masukan pelanggan

Dari uraian penelitian sebelumnya di atas menunjukkan bahwa penelitian mereka belum memeriksa secara mendalam kualitas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan dan sejauh mana faktor ini memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Penelitian sebelumnya mungkin belum menggali variabilitas dalam tingkat kepuasan pelanggan dan dampaknya pada keputusan pembelian produk Kunyah.inaja, terutama dalam mengidentifikasi segmen pelanggan yang lebih cenderung membeli berdasarkan tingkat kepuasan mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan yang disajikan oleh Kunyah.inaja di Cengkareng, serta untuk menilai dampak kepuasan pelanggan di Kunyah.inaja di Cengkareng. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menilai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Kunyah.inaja di Cengkareng.

Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang signifikan tentang bagaimana kualitas pelayanan di usaha kuliner makanan beku memengaruhi perilaku pembelian pelanggan, yang dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan strategi pelayanan mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah suatu keadaan yang selalu berubah yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk produk, jasa, individu, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono & Chandra, 2017). Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif atas kebaikan suatu produk atau jasa, yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (Aini et al., 2013). Kualitas desain mengacu pada spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran sejauh mana produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi yang telah ditetapkan (Mayasari et al., 2021).

Kasmir (2017) mendefinisikan pelayanan sebagai tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh individu atau organisasi dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan, rekan kerja, dan juga pimpinan. Tjiptono & Chandra (2012) mengidentifikasi kualitas pelayanan terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Kepuasan adalah evaluasi yang didasarkan pada pengalaman. Ini merupakan penilaian tentang karakteristik atau keunggulan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang memberikan tingkat kepuasan pelanggan terkait dengan pemenuhan kebutuhan konsumen (Lovelock & Wirtz, 2011). Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui kualitas, pelayanan, dan nilai. Untuk mencapai loyalitas pelanggan, penting untuk memberikan nilai pelanggan yang tinggi, sesuai dengan Abubakar (2017), yang menggambarkan pelanggan sebagai individu yang secara berulang melakukan pembelian dan pembayaran atas produk.

Kepuasan pelanggan, menekankan bahwa perusahaan yang ingin mengimplementasikan program kepuasan pelanggan harus memiliki

produk berkualitas tinggi dan memberikan pelayanan unggul (Tjiptono & Candra, 2012). Minimal, standar tersebut harus setara dengan pesaing utama dalam industri, dan konsep pemasaran hubungan menjadi kunci dalam program loyalitas, di mana upaya menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan dianggap penting (Taufiq, 2018). Program-program loyalitas sering memberikan penghargaan khusus, seperti diskon, bonus, atau voucher kepada pelanggan setia atau pelanggan yang berulang, dengan tujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk perusahaan tersebut (Firmansyah, 2018).

METODE

Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif. Tempat penelitian ini berlokasi di Kunyah.inaja Cengkareng Citra Garden 6 Blok H 6A No.9, Cengkareng. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kunyah.inaja Cengkareng. Sedangkan sampel sebanyak 83 responden berdasarkan pedoman dari teori Sugiyono (2017), di mana jumlah minimal sampel adalah 30 responden, tetapi lebih banyak sampel dianggap lebih baik. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu responden dipilih karena kebetulan bertemu langsung dengan peneliti.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner menggunakan skala likert yang terdiri dari empat pilihan jawaban: 4 = Sangat Setuju; 3 = Setuju; 2 = Tidak Setuju; 1 = Sangat Tidak Setuju. Penggunaan skala likert ini dipilih karena dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena.

HASIL

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Frequency	Percent
Laki-Laki	33	39,8%
Perempuan	50	60,2%
Total	83	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa 83 responden yang menjadi pelanggan Kunyah.inaja di Cengkareng adalah perempuan sebanyak 50 dengan persentase 60,2%, dan untuk pelanggan laki-laki sebanyak 33 dengan persentase 39,8%.

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Keterangan	Frequency	Percent
18-25 tahun	35	42,2%
26-30 tahun	9	10,8%
31-35 tahun	13	15,7%
36-40 tahun	19	22,9%
> 40 tahun	7	8,4%
Total	83	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Data di atas, dapat disimpulkan bahwa dari 83 responden yang ada pada usia 18-25 tahun sebanyak 35 responden (42,2%), usia 26-30 tahun sebanyak 9 responden (10,8%), pada usia 31-35 tahun sebanyak 13 responden (15,7%), responden yang berusia 36- 40 tahun sebanyak 19 responden atau sebesar (22,9%) dan responden dengan usia > 40 tahun sebanyak 7 responden atau sebesar (8,4%).

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Frequency	Percent
Mahasiswa	33	39,8%
Karyawan Swasta	18	21,7%
Pengusaha	6	7,2%
Lainnya	26	31,3%
Total	83	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Dari data diatas dapat diketahui karakteristi kresponden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaannya responden. Sebanyak 33 responden (39.8%) sebagai mahasiswa, kemudian responden sebagai karyawan swasta sebanyak 18 responden (21.7%), responden sebagai pengusaha sebanyak 6 responden (7.2%), dan responden sebagai lainnya (ibu rumah tangga dan guru) sebanyak 26 responden (31.3%).

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Keterangan	Frequency	Percent
1 kali	8	9,6%
2-3 kali	29	34,9%
4-5 kali	28	33,7%
> 5 kali	18	21,7%
Total	83	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi berkunjung ke Kunyah.inaja di Cengkareng menunjukkan sebanyak 8 responden (9.6%) 1 kali berkunjung, kemudian responden yang berkunjung 2-3 kali sebanyak 29 responden (34,9%), responden berkunjung dengan frekuensi 4-5 kali sebanyak 28 responden (33,7%), dan responden dengan frekuensi > 5 kali sebanyak 18 responden (21,7%).

Tabel 5. Uji Validitas

Item	r-hitung	r-tabel
X1	0,666	
X2	0,714	
X3	0,583	
X4	0,823	
X5	0,891	
X6	0,883	
X7	0,803	
X8	0,819	
X9	0,719	0,2159
X10	0,893	
X11	0,871	
X12	0,869	
X13	0,691	

Item	r-hitung	r-tabel
X14	0,908	
X15	0,852	
Y1	0,686	
Y2	0,772	
Y3	0,741	
Y4	0,811	0,2159
Y5	0,850	
Y6	0,849	
Y7	0,877	
Y8	0,856	
Y9	0,884	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa mayoritas item pernyataan dalam penelitian ini adalah valid yang ditunjukkan dengan nilai dari masing-masing item pernyataan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari pada nilai r-tabel (0,2159).

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,961	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,933	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas yang dicapai pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,70 artinya instrumen yang digunakan reliabel dengan kriteria masing-masing hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sangat reliabel karena nilai Cronbach's Alpha berada di interval 0,81 – 1,00.

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.873	0.763	0.760	1.886

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka (R) sebesar 0,873. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi

hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kunyah.inaja Cengkareng.

Tabel 8. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.726	2.128		3.160	.002
Kualitas Pelayanan	.509	.032	.873	16.139	.000

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t-hitung 16,139 > t-tabel 1,664. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan diperoleh hasil signifikan yang menunjukkan nilai 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Sehingga, jika nilai Kualitas Pelayanan naik maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

PEMBAHASAN

Kunyah.inaja, yang terletak di Cengkareng, mendedikasikan diri untuk memprioritaskan kualitas pelayanan sebagai elemen sentral dalam prinsip-prinsip bisnis mereka. Mereka menganggap bahwa menjaga kepuasan pelanggan adalah fondasi keberhasilan dan kelangsungan usaha mereka. Dalam pengejaran standar kualitas yang tinggi, mereka tidak hanya berinvestasi dalam

penggunaan bahan baku unggul, tetapi juga menekankan kepentingan pelanggan dalam setiap aspek operasional mereka.

Kunyah.inaja secara konsisten memilih bahan baku berkualitas tinggi untuk memastikan konsistensi dalam rasa dan kualitas produk mereka. Dengan demikian, setiap pelanggan yang mengunjungi kafe ini dapat menikmati pengalaman kuliner yang tak terlupakan. Hal ini mencerminkan kesungguhan mereka untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui produk berkualitas.

Selain kualitas produk, pelayanan yang diberikan oleh staf Kunyah.inaja juga mencerminkan komitmen mereka. Para karyawan dilatih dengan baik untuk memberikan layanan yang ramah, responsif, dan penuh perhatian kepada setiap pelanggan. Mereka menyadari bahwa pelanggan yang merasa dihargai dan puas dengan pelayanan akan cenderung kembali, dan bahkan mungkin menjadi duta merek yang setia.

Secara keseluruhan, Kunyah.inaja bukan hanya sekadar berbicara tentang kualitas pelayanan, tetapi menerapkan komitmen ini dalam setiap aspek operasional mereka. Hal ini membuat setiap pelanggan merasa dihormati, puas, dan bersemangat untuk

kembali dan terus merasakan pelayanan berkualitas dan hidangan lezat yang mereka tawarkan.

Kunyah.inaja di Cengkareng tak hanya menyajikan hidangan lezat, tetapi juga aktif berupaya memuaskan pelanggan melalui berbagai inisiatif, seperti memberikan harga khusus saat ulang tahun pelanggan. Langkah ini tidak hanya menciptakan momen istimewa bagi pelanggan, tetapi juga memiliki peran penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Penelitian yang disampaikan oleh peneliti menyoroti bahwa kepuasan pelanggan bukanlah sekadar hasil dari transaksi pembelian, melainkan merupakan hasil dari evaluasi yang timbul setelah konsumen merasakan produk atau jasa. Artinya, ketika pelanggan mendapati bahwa Kunyah.inaja melampaui harapan mereka, baik dalam kualitas hidangan maupun pelayanan, tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat.

Memberikan harga khusus pada ulang tahun pelanggan adalah salah satu contoh nyata bagaimana Kunyah.inaja berupaya menciptakan pengalaman yang istimewa dan personal untuk setiap pelanggan. Tindakan ini tidak hanya menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan, tetapi juga meningkatkan kesan positif terhadap merek. Dengan demikian, Kunyah.inaja tidak hanya berfokus pada aspek kuliner, tetapi juga pada penciptaan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan, memastikan bahwa setiap kunjungan menjadi pengalaman yang berkesan dan memuaskan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Istianto & Tyra (2011) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, yang mencakup bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara

bersamaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati & Seminari (2015) menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang mereka alami.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas pelayanan di Kunyah.inaja berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hal ini berarti semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh Kunyah.inaja maka akan meningkatkan kepuasan dari pelanggannya. Banyak manfaat yang diterima oleh Kunyah.inaja dengan tercapainya kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Pelanggan yang merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya.

Saran

Untuk Sum Frozen Food Kunyah.Inaja di Cengkareng, berikut adalah beberapa saran terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan: (1) Pastikan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi dan segar, jaga agar kualitas bahan baku tetap konsisten, karena ini sangat memengaruhi kualitas akhir produk dan kepuasan pelanggan; (2) Berikan pelatihan yang cukup kepada karyawan,

terutama yang berhubungan langsung dengan pelanggan, mereka harus memiliki keterampilan interpersonal yang baik dan pemahaman yang mendalam tentang produk; (3) Selalu pantau dan evaluasi proses pelayanan, memastikan bahwa seluruh proses dari pemesanan hingga pengiriman berjalan dengan lancar dan efisien; (4) Tanggap terhadap masalah atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien. Pelanggan yang puas seringkali berasal dari pengalaman yang positif dalam menangani keluhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S., Fanani, D., & Latief, W. A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Tamu Hotel Ollino Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 1-8.
- Abubakar, R. (2017). *Manajemen pemasaran*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandar, A. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 120-133.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish.
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D.N., & Isa, S.M. (2006). Service quality, client satisfaction and loyalty toward audit firm: perception of Malaysia public listed companies. *Managerial Auditing Journal*, 21(7), 738-756
- Istianto, J. H., & Tyra, M. J. (2011). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 1(3), 275-293
- Kasmir. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Loverlock, C., & Writz, J. (2011). *Pemasaran Jasa Prespektif*. Jakarta: Erlangga.
- Maknunah, L. U., & Astuningtyas. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. *Publiciana: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(2), 339-361.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Toi. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113-125.
- Mayasari, I., Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional. *AT-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 135-147.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Dinamika Kepariwisata*, XI(2), 13-23.
- Ratnanningtyas, H., Marie, A. L., Laksmi, G. W., Pusparani, P., Darsiah, A., & Enggriani, M. (2023). Kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung ke Hotel 88 Jakarta. *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 2(1), 11-18.
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 19(1), 57-63.
- Solehudin, Rd. H., Gunawan, R., Ulumuddin, Kodir, A., Muttaqin, A., Tolkhah, L. M., & Mahfuddin, C. (2023). Strategi pemasaran online usaha mikro kecil

- menengah (UMKM) CeuEms Frozen Food di Beji Depok dalam menghadapi persaingan usaha. *Jurnal SOLMA*, 12(2), 459-468.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiyawati, N. M. A., & Seminar, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318-2332.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, Johny, A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7-12.
- Taufiq, M. (2018). Implikasi relationship marketing terhadap tingkat loyalitas debitur kredit komersial. *AL-MASHRAFIYAH: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 2(2), 1-19.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi