

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI RUMAH MAKAN PONDOK BAKARAN
YOGYAKARTA**

Salma Nur Jannah¹, Endang Wani Karyaningsih², Rina Setyaningsih³

¹Program Studi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga,

²Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

E- mail : saalnj2828@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diterima:

2 September 2024;

Diperbaiki:

10 November 2024;

Diterima:

1 Desember 2024

Tersedia daring:

21 Desember 2024.

Keywords

Product Quality,

Customer

Satisfaction

Kata kunci

Kepuasan

Pelanggan, Kualitas

Produk

ABSTRAK

This study aims to determine the dimensions of the influence of product quality on customer satisfaction at Pondok Bakaran Yogyakarta Restaurant. This research is a quantitative descriptive study with a research sample of 56 respondents using incidental sampling technique. Data collection techniques using questionnaires and documentation. The instrument trial was 30 people. The validity test uses the product moment correlation formula and the reliability uses the Cronbach's alpha formula. The results of the validity test of product quality from 31 questions there were 3 items that were declared invalid and customer satisfaction from 21 questions there was 1 item that was declared invalid. The reliability test was declared reliable with a product quality value of 0.797 and customer satisfaction of 0.779. The data analysis technique uses descriptive analysis and correlation analysis preceded by the analysis requirements test, namely the normality test and linearity test. Product quality is included in the sufficient category with a percentage of 63%. Customer satisfaction is in the high category with a percentage of 89%. Through the coefficient of determination test, the results show that product quality has an 8.2% effect on customer satisfaction and the rest is influenced by other variables.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rumah makan Pondok Bakaran Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kuantitatif dengan sampel penelitian sebanyak 56 responden dengan menggunakan teknik *incidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Uji coba instrumen sebanyak 30 orang. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* dan reliabilitas menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Hasil uji validitas kualitas produk dari 31 pertanyaan terdapat 3 item yang dinyatakan tidak valid dan kepuasan pelanggan dari 21 pertanyaan terdapat 1 item yang dinyatakan tidak valid. Uji reliabilitas dinyatakan reliabel dengan nilai kualitas produk 0,797 dan kepuasan pelanggan 0,779. Teknik analisis data menggunakan analisis diskriptif dan analisis korelasi didahului dengan uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dan uji linieritas. Kualitas produk termasuk dalam kategori cukup dengan presentase 63%. Kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori tinggi dengan presentase 89%. Melalui uji koefisien determinasi didapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh 8,2% terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

PENDAHULUAN

Kuliner di Yogyakarta sangat berkembang salah satunya dikarenakan wisatawan yang datang setiap tahunnya. Makanan merupakan bagian penting dari liburan, sehingga kunjungan ke restoran cenderung menjadi pengalaman puncak bagi para wisatawan [1]. Keanekaragaman kuliner yang ditawarkan membuat persaingan antara pelaku usaha kuliner. Kegiatan kuliner yang berlangsung selama 24 jam memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan alternatif kuliner yang mudah dan praktis. Pengusaha harus memiliki keunikan, kreatifitas dan metode yang berbeda untuk dikenalkan kepada pelanggan. Berkembangnya teknologi dimanfaatkan oleh pengusaha untuk menyediakan layanan pesan antar seperti gofood atau grabfood. Penggunaan teknologi membantu menjangkau pelanggan tidak hanya berpusat pada sekitaran rumah makan tetapi menjangkau pada pasar yang lebih luas. Pengusaha memiliki tanggung jawab penuh dimulai dari pelanggan datang kerumah makan hingga pelanggan keluar rumah makan sebagai bentuk perlindungan pelanggan. Pengusaha memiliki tanggung jawab penuh atas apa yang dimasak, disajikan, dan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Pelanggan juga dapat diartikan sebagai salah satu unsur kegiatan ekonomi yang vital dan harus dilindungi dengan berbagai macam perlindungan [2]. Perlindungan yang diberikan kepada pelanggan harus sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia.

Pelanggan dapat memberikan sebuah respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk dan jasa tertentu, respon emosional dipicu oleh proses evaluasi dalam membandingkan perspektif terhadap obyek, tindakan, keinginan, dan hasrat individual [3]. Upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kepastian dalam pelaksanaan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya [4]. Salah satu faktor kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, apakah dapat memenuhi kepuasan dan ekspektasi pelanggan. Kualitas adalah paduan antara sifat dari karakteristik yang memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, karena pelanggan yang menentukan dan menilai seberapa jauh sifat dan karakteristik dalam memenuhi kebutuhan [5]. Konsumen akan lebih memilih dan merasa tertarik terhadap industri kuliner yang dapat menawarkan produk dengan kualitas yang baik [6]. Strategi yang dapat digunakan agar pelanggan dapat bertahan dengan memberikan kepuasan dalam hal produk, pelayanan, dan fasilitas. Rumah makan Pondok Bakaran adalah rumah makan kekeluarga yang memiliki konsep joglo yang menawarkan berbagai

produk dengan menu andalan adalah olahan bakar. Pelayanan yang ramah dan menyediakan snack pedamping untuk menemani sebelum hidangan yang dipesan datang.

Penilaian yang diterima oleh rumah makan Pondok Bakaran Yogyakarta tidak luput memiliki kelemahan meliputi rasa yang berbeda-beda saat penyajian. Pemilihan bahan yang dirasa kurang baik (fresh). Pengelolaan bahan yang kurang tepat (makanan cenderung memiliki rasa pahit). Ketepatan waktu yang kurang pas dalam mengelola masakan (dalam satu menu yang disajikan terdapat bahan yang kurang matang) dan penyajian yang terlalu lama. Sekecil apapun bentuk kekecewaan yang diberikan pelanggan, rumah makan harus cepat dalam menanggapi setiap keluhan dan kekecewaan yang diberikan oleh pelanggan. Pelanggan yang merasa kecewa akan berdampak pada berhentinya membeli produk di rumah makan Pondok Bakaran Yogyakarta. Pemenuhan kebutuhan pelanggan berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan [7]. Kepuasan pelanggan adalah bentuk pelayanan yang diharapkan memperoleh keuntungan dalam pemasaran, sehingga dalam penyajian dan pelayan pelanggan diibaratkan raja dan pemilik adalah pelayanan yang memberikan rasa puas. Penelitian yang dilakukan oleh Djunaidi dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut” diperoleh variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [8]. Kualitas produk memberikan dampaknya dengan positif dan signifikan dengan statistik bagi kepuasan konsumen [9]. Penelitian dilakukan untuk memberikan persentase terhadap peluang antara kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survei bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari pelanggan Rumah Makan Pondok Bakaran dengan menggunakan kuesioner. Penelitian dilakukan di Rumah Makan Pondok Bakaran Yogyakarta cabang ke-2 yang beralamat di Jl. Parangtritis No.KM 11, Manding, Sabdodadi, Kec. Bantul, Kab. Bantul, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada Desember 2023 s/d Januari 2024. Populasi pada penelitian ini berjumlah 280 orang sebagai subjek penelitian. Teknik pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan teknik incidental sampling. Teknik incidental sampling yaitu penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sample [11]. Penentuan jumlah sample yaitu

jumlah populasi 20% diperoleh jumlah 56 responden. Instrument penelitian menggunakan kuesioner dan google form dengan jumlah butir pertanyaan 31 item pertanyaan variabel kualitas produk dan 21 butir pertanyaan variabel kepuasan pelanggan. Uji coba instrumen diberikan kepada 30 orang pelanggan Pondok Bakaran Yogyakarta. Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menggunakan korelasi product moment dengan taraf signifikan 5%. Butir instrumen dinyatakan valid jika $r_{hitung} \geq 0,361$. Hasil uji validitas data kuesioner menunjukkan kualitas produk menggunakan 31 item pertanyaan terdapat 3 item soal dinyatakan gugur dan kepuasan pelanggan menggunakan 20 item pertanyaan terdapat 1 item soal dinyatakan gugur. Uji reliabilitas menggunakan cronbach alpha. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai alpha kualitas produk sebesar 0,797 dan nilai alpha kepuasan pelanggan sebesar 0,779. Uji hipotesis menggunakan analisis korelasi dengan menggunakan uji normalitas dan uji linearitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian dilakukan di Rumah Makan Pondok Bakaran Yogyakarta dengan sampel sebanyak 56 responden. Hasil rangkuman analisis diskriptif data penelitian dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rangkuman Data Penelitian

Variabel	Skor Observasi						Skor Ideal			
	Skor Max	Skor Min	Mean	SD	Med	Mo	Skor Max	Skor Min	Mean	SD
X	99	72	82,7	5,1	82	81	112	28	70	14,9
Y	80	58	64,7	4,2	64	62	80	20	50	10,6

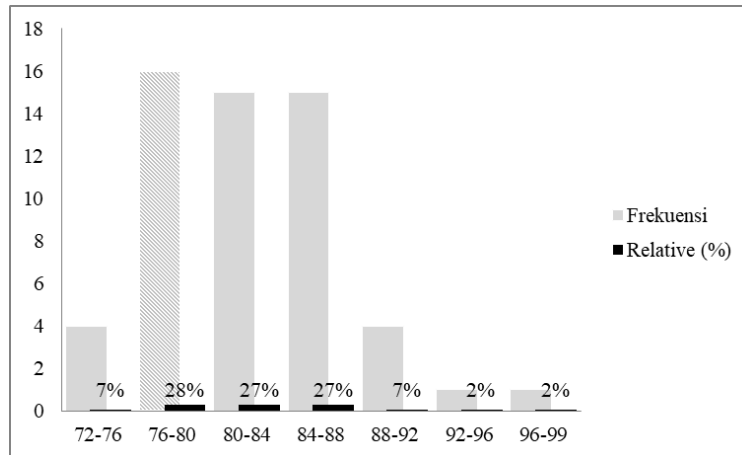
Deskriptif frekuensi pada variabel kepuasan pelanggan pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus struges yaitu $K = 1 + 3,3 \log n$. Sehingga $K = 1 + 3,3 \log 56 = 6,76$ (7) dengan panjang kelasnya yakni $(99-72)/7 = 3,9$ (4). Hasil perhitungan variabel kualitas produk dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

No.	Nilai	Frekuensi	Relative (%)
1.	72-76	4	7%
2.	76-80	16	28%
3.	80-84	15	27%
4.	84-88	15	27%
5.	88-92	4	7%

6.	92-96	1	2%
7.	96-99	1	2%
Total		56	100%

Berdasarkan Berdasarkan tabel 2 maka dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi pada variabel kualitas produk dalam penelitian ini memiliki frekuensi tertinggi yaitu pada angka 16 dengan nilai interval antara 76-80 dengan frekuensi relative sebesar 28%. Frekuensi terendah ada pada angka 1 dengan interval nilai antara 92-96 dan 96-99 dengan relative sebesar 2%.



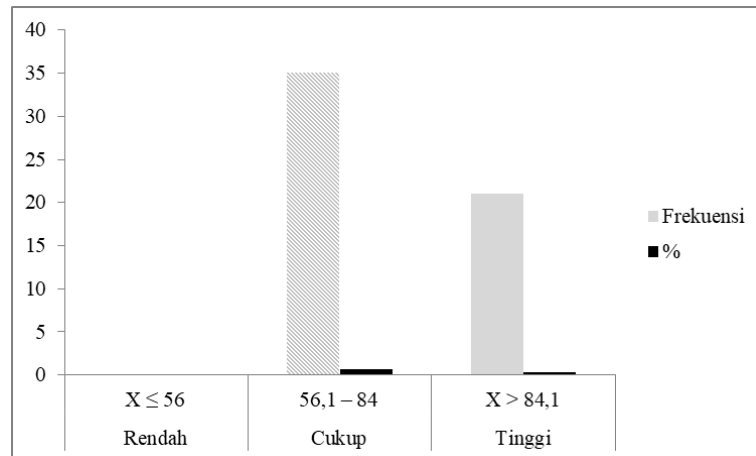
Gambar 1. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Produk

Hasil distribusi frekuensi data kepuasan pelanggan dikategorikan dalam tiga kategori yaitu tinggi, cukup dan rendah kategori kualitas produk dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Kategori Kualitas Produk

Keterangan	Interval	Frekuensi	%
Rendah	$X \leq 56$	0	0%
Cukup	56,1 – 84	35	63%
Tinggi	$X > 84,1$	21	37%
Jumlah total		56	100%

Histogram dengan kategori kualitas produk dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Histogram Kategori Kualitas Produk

Berdasarkan histogram di atas, kualitas produk terdapat nilai terendah dari variabel kualitas produk terdapat pada interval $X \leq 56$ dengan frekuensi nilai yaitu 0 dan nilai relative 0%, sedangkan nilai tertinggi ada pada nilai interval antara $X > 84,1$ dengan jumlah nilai frekuensi 21 dan nilai relative 37%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X) termasuk dalam kategori cukup dengan nilai interval 56,1 – 84 frekuensi tertinggi 35 dan presentase relative sebesar 63%. Kesimpulan dari hasil analisis kategori kualitas produk bahwa kualitas produk di Rumah Makan Pondok Bakaran Yogyakarta termasuk dalam kategori cukup.

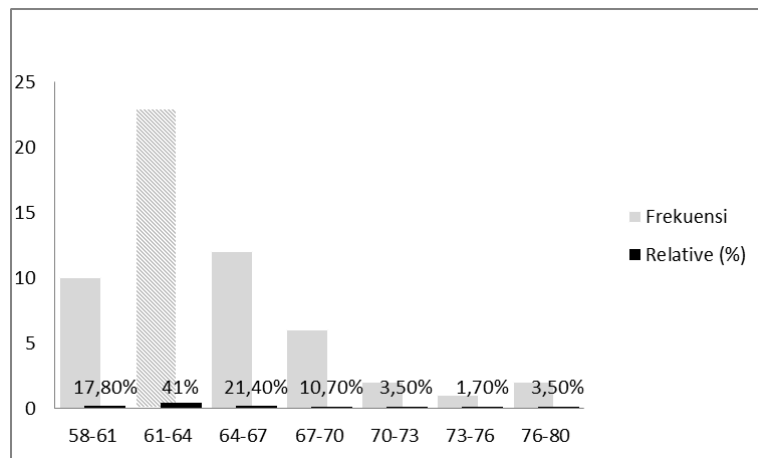
Deskriptif frekuensi pada variabel kepuasan pelanggan pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus struges yaitu $K = 1 + 3,3 \log n$. Sehingga $K = 1 + 3,3 \log 56 = 6,76$ (dibulatkan menjadi 7) dengan panjang kelasnya yakni $(80-58)/7 = 3,2$ (dibulatkan menjadi 3). Hasil perhitungan variabel kepuasan pelanggan terdapat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

No.	Nilai	Frekuensi	Relative (%)
1.	58-61	10	17,8%
2.	61-64	23	41%
3.	64-67	12	21,4%
4.	67-70	6	10,7%
5.	70-73	2	3,5%
6.	73-76	1	1,7%
7.	76-80	2	3,5%
Total		56	100%

Berdasarkan tabel 4 maka dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi pada variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini memiliki frekuensi tertinggi yaitu pada angka 23 dengan nilai interval antara 61-64 dengan frekuensi relative sebesar 41%.

Frekuensi terendah ada pada angka 1 dengan interval nilai antara 73-76 dengan relative 1,7%.



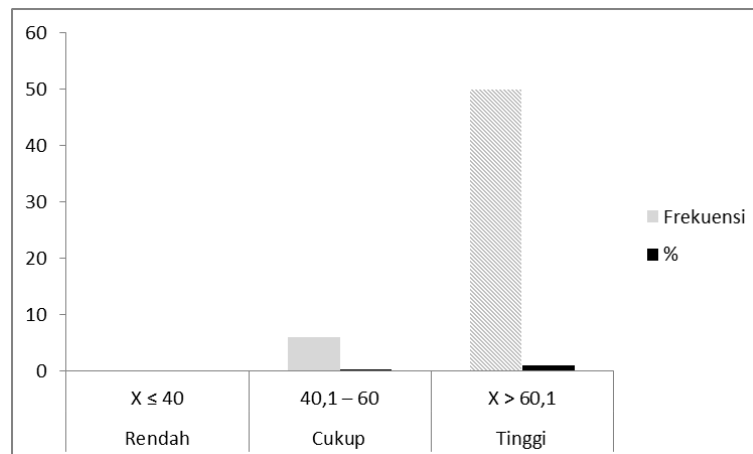
Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dikategorikan kedalam 3 kategori yaitu tinggi, cukup, dan rendah. Pada kategori kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Kategori Kepuasan Pelanggan

Keterangan	Interval	Frekuensi	%
Rendah	$X \leq 40$	0	0%
Cukup	40,1 – 60	6	11%
Tinggi	$X > 60,1$	50	89%
Jumlah total		56	100%

Histogram pada kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Histogram Kategori Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan histogram di atas, kepuasan pelanggan terdapat nilai terendah dari variabel kepuasan pelanggan terdapat pada interval $X \leq 40$ dengan frekuensi 0 dan nilai relative 0%, sedangkan nilai cukup ada pada nilai interval antara 40,1 – 60 dengan jumlah nilai frekuensi 6 dan nilai relative 11%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan

pelanggan (Y) termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai interval $X > 60,1$ dengan jumlah frekuensi tertinggi 50 dan presentase relative sebesar 89%. Kesimpulan dari hasil analisis kategori kepuasan pelanggan bahwa kepuasan pelanggan di rumah makan Pondok Bakaran Yogyakarta dalam perhitungan termasuk dalam kategori cukup.

Uji persyaratan analisis dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji data pada setiap variabel dengan hasil distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan Excel dan dapat menghasilkan nilai signifikan pada kolmogrov smimov. Data akan dikatankan dapat berdistribusi secara normal apabila nilai signifikan $> 0,5$. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Asmp. Sig (2 tailed)</i>	<i>Sig 5%</i>	Kriteria
Kualitas Produk (X)	0,117	0,05	Berdistribusi Normal
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,166	0,05	Berdistribusi Normal

Berdasarkan hasil dari tabel 6 dijelaskan nilai signifikan *Asmp. Sig (2 tailed)* dari variabel kualitas produk sebesar $0,117 > 0,05\%$ dan variabel dalam kepuasan pelanggan sebesar $0,166 > 0,05\%$. Berdasarkan hasil perhitungan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji linieritas pada penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya hubungan yang linear antara dua variabel. Uji linearitas dapat dilihat dari sig, pada deviation from linearitas yaitu dengan membandingkan nilai sig yang diperoleh dengan kriteria sebagai berikut, jika nilai sig $> 0,05$ sehingga variabel (X) dan (Y) memiliki hubungan yang linear, begitu juga apabila nilai sig $< 0,05$ maka kedua variabel dapat dikatakan tidak linear. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 7. Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Sig Deviation from Linerity</i>	<i>Sig 5%</i>	Kriteria
X \longrightarrow Y	0,605	0,05	Linier

Data di atas menyimpulkan bahwa variabel (X) dan (Y) telah memenuhi syarat linieritas. Nilai diperoleh dari nilai signifikan pada *deviation from liniaritas* yaitu sebesar $0,605 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan terdapat hasil linier antara variabel kualitas produk dan variabel kepuasan pelanggan.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan korelasi *pearson product moment*. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 8. Uji Korelasi *Product Moment*

Variabel	r_{hitung} (r_{xy})	r_{tabel} (N=56, $\alpha=5\%$)	Koefisien Determinal R^2	Keterangan
X \rightarrow Y	0,820	0,258	0,354	Ada Pengaruh

Berdasarkan tabel 8 di atas, hasil uji hipotesis menggunakan uji korelasi product moment. Koefisien korelasi product moment merupakan teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis berhubungan dua variabel saat data dua variabel sama [10]. Hasil perhitungan korelasi product moment diperoleh nilai r_{hitung} sebesar 0,820. Nilai r_{tabel} yaitu 0,258 dari 56 responden. Nilai koefisien determinal (R^2) sebesar 0,354. Berdasarkan hasil uji korelasi product moment diperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,820 > 0,258$). Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Pondok Bakaran Yogyakarta. Besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 82%. Sisa 13% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diulas pada variabel yang diteliti.

Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan penelitian data, pengelolaan data dan analisis data penelitian yang telah dilakukan maka terdapat hasil yang positif, artinya adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan pondok bakaran Yogyakarta. Berkaitan dengan hal tersebut maka akan dijabarkan sebagai berikut : 1) Berdasarkan hasil analisis yang telah diuji, dijelaskan terdapat 56 responden dengan kualitas produk dengan kategori tinggi relatif 37%, kategori cukup dengan presentase 63% dan kategori rendah relatif 0%. Hal ini menunjukkan hasil bahwa kualitas produk di rumah makan pondok bakaran Yogyakarta dalam kategori cukup dengan nilai frekuensi sebesar 35 dan presentase relative sebesar 63%; 2) Hasil analisis kepuasan pelanggan pada kategori tinggi relatif 89%, kategori cukup relative 11% dan kategori rendah dengan relatif 0%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di rumah makan pondok bakaran Yogyakarta termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai frekuensi sebesar 50 dan presentase relative sebesar 89%; 3) Hasil uji untuk penelitian kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan pondok bakaran 82 Yogyakarta menunjukkan nilai $r_{hitung} = 0,820 > r_{tabel} = 0,258$ dengan nilai koefisien determinal (R^2) sebesar 0,354.

Besar yang diberikan oleh variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 82% dan sisa 13% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diulas pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Rumah Makan Pondok Bakaran Yogyakarta terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dilihat dari menu-menu yang ditawarkan memiliki standar kualitas yang cukup baik. Kualitas produk memberikan pengaruhnya dengan positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan [12]. Dimana kualitas produk memberikan pengaruhnya dengan positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan [13]. Kepuasan pelanggan dapat terpenuhi apabila kualitas produk memenuhi indikator yang baik yaitu, kualitas dalam hal rasa, konsisten, susunan/ bentuk/potong, kandungan gizi, daya tarik lewat mata, daya tarik lewat aroma, dan suhu [14]. Kepuasan pelanggan dinilai saat terpenuhinya harapan pelanggan, sikap atau keinginan mengkonsumsi produk, merekomendasikan, kualitas layanan, loyal, reputasi yang baik, dan lokasi [15].

Berdasarkan penelitian pengaruh kedua variabel dikarenakan rumah makan Pondok Bakaran cukup baik dalam memenuhi indikator kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dampak positif dari kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian ulang [16]. Kualitas produk yang baik akan menciptakan rasa nyaman dan puas yang diterima pelanggan sehingga berdampak pada pelanggan yang loyal dalam membeli produk di Rumah Makan Pondok Bakaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diulas, maka kesimpulan dari penelitian sebagai berikut: 1) Kualitas produk di rumah makan Pondok Bakaran Yogyakarta dalam kategori cukup pada interval 56,1 – 84 dengan frekuensi 35 dan presentase 63%; 2) kepuasan pelanggan di rumah makan Pondok Bakaran Yogyakarta dalam kategori tinggi pada interval $X > 60,1$ dengan frekuensi 50 dan presentase 89%; 3) adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Pondok Bakaran Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,820 > 0,258$). Implikasinya adalah rumah makan harus dapat meningkatkan kualitas produk agar pelanggan dapat melakukan pembelian ulang secara terus menerus merupakan salah satu cara agar pelanggan merasa diperhatikan kebutuhan dan keinginan sehingga tidak akan berpindah ke rumah makan lainnya. Memberikan inovasi menu

makanan dan minuman, meningkatkan promosi dan iklan, serta meningkatkan fasilitas yang kurang memadai agar dapat dikenal dan dijangkau oleh berbagai kalangan.

REFERENSI

- [1] Blichfeldt, B., Chor, J., & Ballegard, N.L. (2010). *The Dining Experience: A Qualitative Study of Top Restaurant Visits in a Danish Context*. [Journal of Tourism]. 11(1), hal. 43-60
- [2] Setyaningsih. (2015). *Pengaruh Sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Kesadaran Berkomunikasi Anggota Wanita Cabang Tamansiswa di Yogyakarta*. [Jurnal Keluarga]. 1(2), hal. 152
- [3] Tjiptono, F, “Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian”. Yogyakarta : Andi Offset, 2014, hal. 353
- [4] Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Literasi Nusantara [online]. Tersedia : <https://play.google.com/store/books/details?id=g9YrEAAAQBAJ>
- [5] Lupiyoadi, R, “Manajemen Pemasaran Jasa”. Jakarta : Selemba Empat, 2014, hal. 63
- [6] Jayaningtyas, D.P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pusat Oleh-Oleh Bakpia Pathok Rizky Yogyakarta*. [Jurnal Keluarga]. 8 (2), hal. 113
- [7] Rohaeni. (2018). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. [Jurnal Manajemen]. 2(2), hal. 314
- [8] Djunaidi, S. J. D. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut*”. Adminstrasi Bisnis. Kwi Kian Gie. Jakarta. Indonesia. 2020
- [9] Hastuti, I. N. D., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2022). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bakso Tukul Arwana cabang Season City Jakarta Barat*. [IKRAITHEKONOMIKA], 5(1)
- [10] Made, I, “Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif,” edisi ke 1. Yogyakarta : Quadrant, 2020 hal. 92
- [11] Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”. Bandung : CV Alfabeta, 2017
- [12] Laetitia, S.I., Alexandriana, E., & Ardianto, S.F. (2021) *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific*

Place. [Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi], 5(1). Tersedia : <https://doi.org/10.31955/mea.v5i1.1403>

- [13] Khoiri, S. Z. & Efianis, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Asia Hotel Ritz Carlton Mega Kuningan Jakarta*. [Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia], 1(11), 1740–1746. Tersedia : <https://doi.org/10.32670/ht.v1i11.2499>
- [14] Marsum, A.W, “Restaurant dan Segala Permasalahannya,” edisi ke 4. Yogyakarta : Andi Offset, 2010, hal. 113
- [15] Purnomo, E.S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. [Jurnal Manajemen]. 1(6)
- [16] Tjiptono, F., & Chandra, G, “*Service, Quality, and Satisfaction*”. Yogyakarta : Andi Offset, 2016, hal. 126