

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Rusuk Joss Pamulang

Kiki Dwi Wijayanti^{1*}, Muhammad Ihsan Subagyo²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang
 dosen02247@unpam.ac.id^{1*}, ihsan.subagyo2002@gmail.com²

Received 1 Januari 2025 | Revised 10 Februari 2025 | Accepted 25 Februari 2025

*Korespondensi Penulis

Abstract

The purpose of this research is to determine the effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction of Bakso Rusuk Joss Pamulang. The method used in this research is quantitative descriptive method with an associative approach. The technique used is sampling technique with probability sampling method, the sampling method uses slovin theory. The analysis used is regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The research results of this study are Product Quality (X_1) and Service Quality (X_2) have a significant and positive effect on Customer Satisfaction (Y) with the results of the regression equation $Y = 2.189 + 0.229X_1 + 0.256X_2$. The correlation coefficient shows a strong relationship with a correlation value of 0.857. The coefficient of determination has a simultaneous effect of 0.734 with a value of 73.4%. Simultaneous hypothesis testing Product Quality (X_1) and Service Quality (X_2) on Customer Satisfaction (Y) obtained the results of F count $>$ F table or $132.408 > 3.090$, then H_0 is rejected and H_3 is accepted. This means that there is a simultaneous significant influence between Product Quality (X_1) and Service Quality (X_2) on Customer Satisfaction (Y).

Keywords: *Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Rusuk Joss Pamulang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Adapun teknik yang digunakan yaitu teknik sampling dengan metode *probability sampling*, metode pengambilan sampel menggunakan teori slovin. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Adapun hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan hasil persamaan regresi $Y = 2,189 + 0,229X_1 + 0,256X_2$. Koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang kuat dengan nilai korelasi sebesar 0,857. Koefisien determinasi berpengaruh secara simultan sebesar 0,734 dengan nilai sebesar 73,4%. Uji hipotesis secara simultan Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh hasil F hitung $>$ F tabel atau $132,408 > 3,090$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen



PENDAHULUAN

Perkembangan sektor kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan berbagai jenis makanan yang semakin beragam dan inovatif (Wijaya et al., 2018). Salah satu kuliner yang memiliki tempat istimewa di hati masyarakat Indonesia adalah bakso, makanan yang terdiri dari bola-bola daging yang dicampur dengan tepung tapioka dan disajikan dalam kuah kaldu yang gurih (Nurhayati & Rahman, 2019). Bakso yang diperkenalkan oleh masyarakat Tionghoa pada masa kerajaan Majapahit dan Sriwijaya, kini telah berevolusi menjadi kuliner nasional yang dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat (Hartono & Sutanto, 2020). Keberadaan bakso yang mudah ditemukan di seluruh penjuru Indonesia, mulai dari pedagang kaki lima hingga restoran mewah, menjadikannya sebagai salah satu pilihan kuliner yang sangat kompetitif dalam industri makanan.

Di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, kepuasan konsumen menjadi faktor penentu keberhasilan dan keberlanjutan usaha (Kotler & Keller, 2016). Bakso Rusuk Joss yang berdiri sejak tahun 2015 di Pamulang, Tangerang Selatan, merupakan salah satu usaha kuliner yang telah berhasil membangun reputasi dan basis pelanggan yang solid. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah konsumen Bakso Rusuk Joss mengalami peningkatan signifikan dari 1.522 konsumen pada tahun 2020, 2.280 konsumen pada tahun 2021, 4.128 konsumen pada tahun 2022, hingga mencapai 6.570 konsumen pada tahun 2023, dengan total keseluruhan mencapai 14.500 pelanggan. Peningkatan jumlah konsumen yang konsisten ini mengindikasikan adanya tingkat kepuasan yang baik terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

Kepuasan konsumen, menurut Tjiptono (2016), merupakan sikap atau respons konsumen terhadap barang atau jasa yang telah digunakan, yang kemudian

menghasilkan perasaan puas atau tidak puas. Sementara Kotler dan Armstrong (2018) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya. Dalam konteks industri kuliner, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai dua faktor utama yang sering menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian (Parasuraman et al., 2018; Zeithaml et al., 2018).

Kualitas produk menjadi salah satu elemen krusial yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam industri kuliner. Menurut Hasanawi dan Imsyar (2022), produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dimensi kualitas produk dalam industri makanan mencakup aspek rasa, tekstur, aroma, tampilan visual, kebersihan, kesegaran bahan, dan variasi menu (Hanaysha, 2016). Bakso Rusuk Joss telah melakukan inovasi dengan menawarkan berbagai varian menu seperti Bakso Mangkok, Bakso Beranak, Bakso Rusuk Setan, Bakso Urat Joss, Bakso Kuah Rendang, Bakso Bambu Bakar, Bakso Buaya, Bakso Lava, hingga Bakso Hotplate Seafood. Namun, berdasarkan hasil pra-survei terhadap 20 responden, masih terdapat 55% responden yang menganggap bahwa menu makanan yang tersedia di Bakso Rusuk Joss Pamulang kurang bervariasi dan kurang lengkap. Temuan ini mengindikasikan perlunya peningkatan dalam aspek kualitas produk untuk memaksimalkan kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga memainkan peran vital dalam membentuk persepsi dan kepuasan konsumen. Parasuraman et al. (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi: bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya



tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Menurut Feliona dan Weny (2022), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas dapat mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang (Lovelock & Wirtz, 2019). Hasil pra-survei menunjukkan bahwa 60% responden menyatakan pelayanan di Bakso Rusuk Joss Pamulang belum cukup cepat, dan 55% menilai kinerja karyawan belum memenuhi standar pelayanan yang diharapkan. Hal ini menandakan perlunya evaluasi dan perbaikan dalam aspek pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Studi terdahulu oleh Martín-Consegra et al. (2018) menemukan bahwa kualitas produk dan pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen di industri restoran cepat saji. Penelitian serupa oleh Ryu dan Han (2017) juga mengkonfirmasi bahwa kualitas makanan dan layanan merupakan prediktor penting bagi kepuasan pelanggan dan niat perilaku positif. Di Indonesia, penelitian Widodo dan Shihab (2020) terhadap restoran lokal menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut berkontribusi lebih dari 70% terhadap variasi dalam kepuasan konsumen. Namun, studi-studi ini belum sepenuhnya mengeksplorasi konteks kuliner khas Indonesia seperti bakso, khususnya yang menawarkan varian unik seperti yang disediakan oleh Bakso Rusuk Joss Pamulang.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bakso Rusuk Joss Pamulang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur manajemen pemasaran, khususnya

dalam konteks industri kuliner di Indonesia, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui optimalisasi kualitas produk dan pelayanan. Secara spesifik, penelitian ini berupaya menjawab tiga pertanyaan utama: (1) apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Bakso Rusuk Joss Pamulang; (2) apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Bakso Rusuk Joss Pamulang; dan (3) apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Bakso Rusuk Joss Pamulang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh antara variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bakso Rusuk Joss Pamulang. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur fenomena dengan menggunakan data numerik dan analisis statistik. Pelaksanaan penelitian dilakukan selama 14 (empat belas) bulan, dimulai dari bulan November 2023 sampai dengan Januari 2025 di lokasi Bakso Rusuk Joss Pamulang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bakso Rusuk Joss Pamulang dengan jumlah 6.570 konsumen berdasarkan data kunjungan pada tahun 2023. Mengacu pada pendapat Sugiyono (2019:87) bahwa "Dalam sebuah penelitian jika jumlah populasinya dianggap terlalu besar maka penulis dapat memper sempit populasi dengan cara menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan Teknik Slovin agar representatif dan hasilnya dapat digeneralisasikan". Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin $n = N / (1 + N.e^2)$ dengan tingkat kesalahan 10%, maka jumlah sampel yang



digunakan dalam penelitian ini adalah 99 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria konsumen yang telah melakukan pembelian minimal satu kali di Bakso Rusuk Joss Pamulang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara untuk mendapatkan data yang komprehensif. Data primer diperoleh melalui observasi langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi tentang kondisi dan situasi di Bakso Rusuk Joss Pamulang, wawancara dengan para pekerja untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam, dan penyebaran kuesioner kepada 99 responden yang merupakan konsumen Bakso Rusuk Joss Pamulang. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data sekunder melalui dokumentasi dan studi kepustakaan dengan mempelajari literatur, buku, jurnal, dan sumber kepustakaan lain yang relevan dengan penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju)

untuk mengukur variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Sebelum digunakan untuk pengambilan data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrumen dalam mengukur variabel penelitian, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi atau kehandalan instrumen penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan software statistik dengan beberapa tahapan: uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi (R^2), pengujian hipotesis dengan uji t (parsial) dan uji F (simultan).

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Dari penelitian yang telah dilakukan dengan metode yang diterapkan, didapat hasil penelitian sebagai berikut ini:

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error				
1	(Constant)	2.189	1.192		1.836	.069
	Kualitas Produk	.229	.054	.446	4.216	.000
	Kualitas Pelayanan	.256	.062	.440	4.163	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Persamaan regresi memberikan hasil sebagai berikut: $Y = 2,189 + 0,229X_1 + 0,256X_2$. Temuan terkait berasas pada perhitungan regresi dengan ditunjukkan oleh tabel tersebut. Persamaan berikut menghasilkan kesimpulan seperti di bawah ini:

- Nilai konstanta (a) sebesar 2,189 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen (Y) akan tetap sebesar

2,189 meskipun variabel kualitas produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2)

- Nilai regresi kualitas produk (X_1) sebesar 0,229, diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X_2), setiap perubahan satu unit pada variabel kualitas produk (X_1) maka akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan



- konsumen (Y) sebesar 0,229.
- c. Nilai regresi untuk kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,256 menunjukkan bahwa apabila konstanta tetap dan variabel kualitas produk (X_1) tidak mengalami

perubahan, setiap peningkatan satu unit pada variabel kualitas pelayanan (X_2) akan menyebabkan perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,256.

Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 2. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.728	1.652

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) ditemui nilai koefisien korelasi sebesar 0,857 terdapat dalam rentang interval 0,800–1,000 berdasarkan data pada tabel diatas. Keadaan tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Koefisien determinasi sebesar

0,734 yang menyiratkan 73,4% Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) telah ditentukan oleh tabel tersebut. Oleh karena itu dapat dikatakan variabel Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 73,4%, sedangkan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Parsial

Tabel 3. Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3,075	1,268	2,425	,017
	Kualitas Produk	,426	,029		

a, Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Hasil statistik terhitung berdasarkan tabel di atas, didapat nilai t hitung $>$ t tabel, atau $2,425 > 1,985$. Keadaan ini didukung lebih lanjut oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 <$

0,050 atau kurang dari itu. Maka, hal ini memberikan bukti adanya hubungan yang cukup kuat antara Kualitas Produk (X_1) dengan Kepuasan Konsumen (Y), karena H0 ditolak dan H1 diterima.

Tabel 4. Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3,075	1,268	2,425	,017
	Kualitas Pelayanan	,426	,029		

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil diolah peneliti 2024



Hasil statistik menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel, atau $3,155 > 1,985$. Keadaan ini didukung lebih lanjut oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,050$ atau kurang dari itu. Maka, hal ini

memberikan bukti adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F) Secara Simultan

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	722,431	2	361,216	132,404	.000 ^b
	Residual	261,892	96	2.728		
	Total	984,323	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Hasil informasi dari tabel 10 di atas, ditemui bahwa $132,408 > 3,090$, yang merupakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini juga didukung oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,050$ atau lebih kecil dari 0,05. Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan, yang terlihat dari ditolaknya H_0 dan diterimanya H_3 .

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kualitas Produk (X_1) ber-pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan didapati hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $2,425 > 1,985$. Maka, keadaan ini menandakan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kualitas Pelayanan (X_2) ber-

pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan didapati hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $3,155 > 1,985$. Maka, keadaan ini menyiratkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan regresi $Y = 2,189 + 0,229X_1 + 0,256X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,857. Koefisien Determinasi sebesar 0,734 atau dengan nilai 73,4%. Hasil pengujian hipotesis (uji F) menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $132,408 > 3,090$. Maka, keadaan ini menandakan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_3 diterima..



SIMPULAN

Kualitas Produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan didapati hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $2,425 > 1,985$. Maka, keadaan ini menandakan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan didapati hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $3,155 > 1,985$. Maka, keadaan ini menyiratkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan regresi $Y = 2,189 + 0,229X_1 + 0,256X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,857. Koefisien Determinasi sebesar 0,734 atau dengan nilai 73,4%. Hasil pengujian hipotesis (uji F) menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $132,408 > 3,090$. Maka, keadaan ini menandakan bahwa

terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), karena H_0 ditolak dan H_3 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Dedy, A., & Alfandi, Y (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan konsumen di sari ater hot springs resort ciater. *Jurnal Sains Manajemen*, ejurnal.ars.ac.id,
- Feliona, C., & Weny, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Brayan Vegetarian Medan.

- Escaf, 1(1), 128-133.
- Feliona, F., & Weny, W. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 24(2), 145-158.
- Hanaysha, J. (2016). Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31-40. <https://doi.org/10.18488/journal.1006/2016.6.2/1006.2.31.40>
- Hartono, D., & Sutanto, J. (2020). Sejarah dan perkembangan kuliner tradisional Indonesia: Studi kasus pada bakso. *Jurnal Sejarah Kuliner Indonesia*, 8(3), 112-125.
- Hasanawi, M. T., & Imsyar, S. I. (2022). Pengaruh Promosi, Preferensi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Betadine Solution Pada Pt. Dos Ni Roha Kota Bandung. *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6), 973-984.
- Hasanawi, R., & Imsyar, F. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen: Kajian empiris pada industri kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 78-90.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2019). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). World Scientific Publishing.
- Martín-Consuegra, D., Gómez, M., & Molina, A. (2018). The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to loyalty in the fast-food sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(11), 3275-3292. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2017-0089>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasaan konsumen PT. TOI *Jurnal*



- Ekonomi Volume, 7(2), 113-125*
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jakarta, 7(2)*, 113-125.
- Nurhayati, S., & Rahman, T. (2019). Perkembangan kuliner bakso di Indonesia: Dari jajanan pinggir jalan hingga restoran mewah. *Jurnal Kuliner dan Hospitality, 5(1)*, 45-57.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64(1)*, 12-40.
- Ryu, K., & Han, H. (2017). The roles of quality of food, service, and physical environment on customer satisfaction and behavioral intention in quick-casual restaurants: Moderating role of perceived price. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 34(3)*, 310-329. <https://doi.org/10.1177/1096348009350624>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia, 9(2)*, 114-126.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Journal of Management, 5(5)*, 40-53.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Edisi 5. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, quality & satisfaction* (4th ed.). Andi Offset.
- Trinanda, O., Yudiatmaja, W. E., & Safitri, D. (2018). Manajemen kualitas pelayanan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Publik, 12(2)*, 115-127.
- Widodo, A., & Shihab, M. S. (2020). Analisis pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen restoran lokal Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 22(1)*, 67-82.
- Wijaya, A., Setiawan, B., & Nugroho, J. (2018). Perkembangan industri kuliner di Indonesia: Peluang dan tantangan. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik, 2(1)*, 45-58.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

