

## Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Domino's Pizza Indonesia Cabang Giant CBD Bintaro, Tangerang Selatan

Indy<sup>1)</sup> ; Andi Surya Rahmana<sup>2)</sup> ; Tuti Adriliyani<sup>3)</sup> ;

*Universitas Pamulang, Indonesia*

E-mail: [indyjanuary2797@gmail.com](mailto:indyjanuary2797@gmail.com)<sup>1)</sup>, [andisurya1361@gmail.com](mailto:andisurya1361@gmail.com)<sup>2)</sup>, [tutiadriliyani911@gmail.com](mailto:tutiadriliyani911@gmail.com)<sup>3)</sup>,  
[dosen00495@unpam.ac.id](mailto:dosen00495@unpam.ac.id)<sup>4)</sup>

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan sifat penelitian ini adalah asosiatif dengan metode kuesioner atau angket. Menggunakan statistik perangkat lunak yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 20. Populasi dalam penelitian ini adalah semua Pelanggan yang makan di Gerai Pizza Domino's cabang Bintaro pada bulan Oktober 2017 yang berjumlah 5.242 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% didapat sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 3) Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

**Abstract:** *The objectives of this study are: 1) To determine the effect of product quality on customer satisfaction. 2) To determine the effect of service quality on customer satisfaction. 3) To determine the effect of product quality and service quality together on customer satisfaction. The type of research used is quantitative and the nature of this research is associative with the questionnaire or questionnaire method. Using statistical software used to support this research is the SPSS (Statistical Product and Service Solutions) program version 20. The population in this study were all customers who ate at Domino's Pizza Outlet Bintaro branch in October 2017, totaling 5,242 people. The sampling technique used in this study was the Slovin formula with an error rate of 10%. The sample obtained was 100 respondents. The results of this study indicate that: 1) Product quality affects customer satisfaction. 2) Service quality affects customer satisfaction. 3) Product quality and service quality simultaneously influence customer satisfaction.*

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

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dan persaingan yang semakin ketat, mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan juga pelayanan yang dihasilkan. Persaingan di bidang makanan khususnya di bidang restoran, menyebabkan pengusaha harus mempunyai strategi yang paling baik dan tepat untuk mempertimbangkan kondisi yang ada dalam perusahaan. Sekarang ini masyarakat modern ditandai dengan aktifitas kerja yang tinggi. Setiap orang mempunyai aktifitas berdampak pada minimnya menyediakan makanan, oleh karena itu orang lebih menyukai untuk makan di restoran yang dapat menyediakan makanan maupun minuman dengan cepat, maka muncullah restoran restoran siap saji dengan cita rasa yang enak serta suasana yang menyenangkan. Kondisi ini dibuktikan dengan peluang pasar dibidang industri makanan seperti pizza yang sangat terbuka luas. Dalam dunia bisnis perusahaan, pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam mencapai keberhasilan karena pelanggan sebagai pengguna dari suatu produk-produk yang ditawarkan.

Kualitas produk dan pelayanan bagi PT Domino's Pizza Indonesia sangatlah penting karena merupakan profit *strategy* (strategi laba) untuk memikat lebih pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, serta menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:299) berpendapat "Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Berikut ini tabel 1.1 beberapa produk yang di jual oleh Domino's Pizza Giant Bintaro.

**Tabel 1. Daftar produk yang paling laku Domino's pizza Giant Bintaro**

No	Jenis makanan	Kategori	Ukuran	Jumlah	Harga
1.	ACCP/Meatza	Premium P	M	45 CV	@Rp95000
2.	Cheesy Bread	Side Dise	Slices	25 CV	@Rp30500
3.	Chocolate Lava	Dessert	Mini box	75 CV	@Rp30000
4.	Taro milk/Peach/L	Drink	330 ml	15 CV	@Rp17000

**Sumber: Domino's pizza Giant CBD Bintaro. Th 2017**

Berdasarkan data diatas maka kualitas produk pizza premium merupakan produk relative mahal di Domino's Pizza, sedangkan produk yang terjangkau harganya adalah produk *Drink*. Selain itu penyajian dan dayatahan produk/makanan terkadang kurang maksimal.(khususnya keju,sayur segar,daging) sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang membeli produk Domino's Pizza. Dengan data tersebut menunjukkan tingkat kualitas produk berbeda berdasarkan ukuran, jumlah dan harga nya sehingga terkadang menyebabkan pelanggan merasa kurang puas dan melihat kondisi tersebut maka sangat dibutuhkan bagi perusahaan untuk merencanakan dan mengantisipasi terhadap situasi dan kondisi yang sedang terjadi, agar tujuan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk.

Selain kualitas kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan pelanggan merasa kurang puas, kualitas pelayanan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang di maksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/ pelanggan, Gronroos dalam buku Daryanto (2014:135).Sedangkan menurut Lupiyoadi (2012:176) "Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersiapkan secara baik dan memuaskan. Dan jika kualitas pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen,

maka kualitas pelayanan dipersiapkan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersiapkan dapat dikatakan buruk. Berikut ini data tentang keluhan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Data Keluhan Pelanggan Domino's pizza Giant Cbd Bintaro**

Jenis Keluhan	BULAN		
	Agustus	September	Oktober
Pelayanan Kurang Cepat	15	20	25
Antrian Panjang Saat Memesan	10	15	20
Kebersihan meja lambat	5	10	15
TOTAL	30	45	60

Sumber: Domino's pizza Giant Cbd Bintaro. Th 2017

Dari data diatas terlihat bahwa jmlah komplain pelanggan mengalami fluktuasi setiap bulannya dimana dari bulan Agustus-Oktober 2017, mayoritas pelanggan mengeluhkan tentang pelayanan antrian panjang pada saat pelanggan memesan makanan di Domino's Pizza dan ketepatan waktudalam pengirimandelivery order lebih dari 30 menit sehingga menyebabkan pelanggan merasa kurang puas baik terhadap produk dan pelayanan yang ada.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:78) yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan dan keinginan dari pelanggan atas produk yang dibelinya serta dapat memiliki manfaat yang tepat. Sedangkan menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Berikut ini adalah data jumlah pelanggan pada periode bulan Agustus-Oktober 2017.

**Tabel 3. Data Jumlah Pelanggan Domino's pizza Giant Cbd Bintaro Agustus - Oktober 2017**

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Agustus	6702
2	September	5246
3	Oktober	5242
	Total	17190

Sumber: Domino's pizza Giant Cbd Bintaro. Th 2017

Berdasarkan data tabel di atas, maka data tersebut menunjukkan adanya penurunan jumlah pelanggan setiap bulannya, hal ini dikarenakan masih terdapat pelanggan yang merasa tidak puas sehingga dengan kondisi yang mengalami sedikit penurunan, maka perusahaan dituntut untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta mencari pelanggan yang baru. Hal tersebut tentunya tidaklah mudah, banyak faktor yang menyebabkan hal ini terjadi. Faktor tersebut antara lain berupa kualitas layanan perusahaan terhadap konsumen/pelanggan. Domino's Pizza cabang Bintaro telah memaksimalkan dimensi pelayanannya, namun demikian masih terdapat aspek layanan yang perlu diperhatikan yaitu masih lamanya pizza yang diantar kepada konsumen sehingga jika konsumen yang datang lebih memilih gerai pizza yang lain.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29) “Manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka agar tercipta suatu nilai dari para pelanggan tersebut”. Sedangkan menurut Basu Swastha (2014:27) mendefinisikan “Manajemen pemasaran merupakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditunjukkan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan operasional organisasi”.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari pengertian-pengertian di atas yaitu manajemen pemasaran merupakan rangkaian proses untuk menciptakan suatu nilai guna membantu pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Kegiatan pemasaran itu dilakukan melalui serangkaian proses perencanaan, pengarahannya, pengendalian, dan penetapan harga, pemetaan distribusi, serta kegiatan promosi.

### **Kualitas Produk**

Adapun definisi kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:299) berpendapat “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya”

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Fandy Tjiptono (2012:78) “Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen”.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fandy Tjiptono (2012:78) yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan dan keinginan dari pelanggan atas produk yang dibelinya serta dapat memiliki manfaat yang tepat.

### **Kerangka Berpikir**

Kerangka Pemikiran merupakan sintesa atau kesimpulan sementaratinjauan teori yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntunan untuk memecahkan masalah penelitian serta merumuskan hipotesis yang berbentuk bagan alur yang dilengkapi penjelasan kualitatif (Sugiyono, 2014:89).

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2016: 8) yaitu “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiyono (2016:44) yaitu “Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”. Lebih lanjut Sugiyono (2016:44) menjelaskan “Dengan penelitian asosiatif maka dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala”. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang berupa angket. Kuesioner (angket) merupakan teknik

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah semua Pelanggan yang makan di Gerai Pizza Domino's cabang Bintaro pada bulan Oktober 2017 yang berjumlah 5.242 orang, dengan menggunakan rumus slovin tingkat kesalahan sebesar 10% di dapat sampel sebanyak 100 responden.

### Uji Validitas

Syarat uji validitas jika menggunakan SPSS adalah *Correlated* ini Menurut Sugiyono, (2016:182) kalau Uji Validitas pakai r tabel 0,3 yaitu:

- 1) Jika  $r < 0,3$  , Maka dinyatakan gugur / Tidak di valid
- 2) Jika  $r > 0,3$  , Maka dinyatakan *Pearson Correlation*

### Uji Reliabilitas

Kriteria uji reliabilitas dalam penelitian ini, Kriteria uji reliabilitas dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2016:184) adalah 0,6:

1. Jika  $r_{ca} < 0,6$  maka butir instrument dinyatakan tidak reliabel
2. Jika  $r_{ca} > 0,6$  maka butir instrument dinyatakan reliabel

### Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2012:73), "Analisis linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen". Rumus untuk analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

### Uji Koefisien Determinasi

Menurut Andi Supangat (2011:350) "Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen".

### Uji Hipotesis (Simultan)

Menurut Imam Ghozali (2013:98) Uji F adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independennya terhadap variabel dependennya.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif Kualitas Produk ( $X_1$ )

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 10 pernyataan, yang menjawab "Sangat Setuju" sebanyak 213 dengan presentase 21,3%. Jawaban "Setuju" sebanyak 445 dengan presentase 44,5%. Jawaban "Kurang Setuju" sebanyak 313 dengan presentase 31,3%. Jawaban "Tidak Setuju" sebanyak 29 dengan presentase 2,9% dan jawaban "Sangat Tidak Setuju" sebanyak 0 dengan presentase sebanyak 0%. Kualitas produk ( $X_1$ ) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari rata-rata skor sebesar 3,84 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.

### Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 10 pernyataan, yang menjawab "Sangat Setuju" sebanyak 187 dengan presentase 18,7%. Jawaban "Setuju" sebanyak 470 dengan presentase 47%. Jawaban "Kurang Setuju" sebanyak 322 dengan presentase 32,2%. Jawaban "Tidak Setuju" sebanyak 16 dengan presentase 1,6% dan jawaban "Sangat Tidak Setuju" sebanyak 5 dengan presentase sebanyak 0,5%. Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari rata-rata skor sebesar 3,82 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.

### Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)

Peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 responden dengan 10 pernyataan, yang menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 232 dengan presentase 23,2%. Jawaban “Setuju” sebanyak 494 dengan presentase 49,4%. Jawaban “Kurang Setuju” sebanyak 266 dengan presentase 26,6%. Jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 8 dengan presentase 0,8% dan jawaban “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 dengan presentase sebanyak 0%. Kepuasan pelanggan (Y) saat ini sudah Baik, hal ini terlihat dari rata-rata skor sebesar 3,95 dan masuk ke dalam rentang kategori Baik.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.111	2.787		2.910	.004
	Kualitas Produk (X1)	.319	.082	.332	3.892	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.501	.085	.502	5.887	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

**Sumber: Output SPSS yang di olah (2018)**

Dari tabel diatas persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

$$Y = 8,111 + 0,319 X_1 + 0,501 X_2 + e$$

1. Konstanta sebesar 8,111 menyatakan bahwa tanpa ada variabel kualitas produk ( $x_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $x_2$ ) maka kepuasan Pelanggan (y) tetap terbentuk sebesar 8,111 atau jika nilai kualitas produk ( $x_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $x_2$ ) nilainya = 0 maka kepuasan pelanggan tetap memiliki nilai = 8,111. Yang artinya konsumen akan tetap merasa puas meskipun kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang, karena pada dasarnya pelanggan memilih PT Domino's cabang Bintaro karena kualitas pizza dan pelayanan yang sangat maksimal.
2. Variabel kualitas produk ( $x_1$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,319. Artinya jika variabel kualitas produk ( $x_1$ ) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel kualitas pelayanan ( $x_2$ ), tetap, maka kepuasan pelanggan (y) akan meningkat sebesar 0,319.
3. Variabel kualitas pelayanan ( $x_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,501. Artinya jika variabel kualitas pelayanan ( $x_2$ ) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel kualitas produk ( $x_1$ ) tetap, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,501.

### Uji Koefisien Determinasi (KD)

**Tabel 7. Hasil Pengolahan Data Koefisien Determinasi**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 <sup>a</sup>	.570	.561	2.423

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

**Sumber: Output SPSS yang di olah (2018)**

Berdasarkan tabel di atas hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,570. Hal ini berarti 57% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel  $X_1$  kualitas produk dan  $X_2$  kualitas pelayanan sedangkan sisanya 43% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti misalnya harga, promosi dan variasi produk.

**Tabel 8. Hasil Hipotesis Uji f Simultan**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	753.501	2	376.751	64.170	.000 <sup>b</sup>
	Residual	569.499	97	5.871		
	Total	1323.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>), Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

**Sumber: Output SPSS yang di olah (2018)**

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, nilai  $F_{hitung} 64,170 > F_{tabel} 2,36$  atau nilai  $sig 0,000 < 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Domino's Pizza Indonesia Cabang Giant Bintaro.

**KESIMPULAN**

**Kesimpulan**

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Domino's Pizza Indonesia Cabang Giant Bintaro..
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Domino's Pizza Indonesia Cabang Giant Bintaro.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Domino's Pizza Indonesia Cabang Giant Bintaro.

**Saran**

1. Perusahaan harus menambah fitur pada makanan dan minuman yang ada di PT Domino's Pizza Cabang Giant Bintaro supaya lebih menarik seperti variant rasa yang ada di pizza lebih dikombinasikan lagi dan isi dari pizza harus di desain seperti keliatan lebih fresh dan kekinian.
2. Perusahaan harus terus memperhatikan kepada para karyawan yang bertugas dalam mengelola makanan sehingga bisa memperhatikan standar operasional dalam pembuatan makanan dan minuman karena tentang cara pembuatan pizza yang baik agar mereka bisa memberikan pelayanan yang baik dalam membuat pizza.
3. Perusahaan harus lebih meningkatkan lagi pelayanannya kepada para pelanggan terutama dalam hal ketepatan dan kecepatan dalam menyajikan dan menghantarkan pizza kepada para pelanggannya karena kepuasan pelanggan menjadi pertama yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A., 2012. *“Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek”*. Edisi Pertama. Mitra Utama, Jakarta.
- Algifari, 2010, *“Analisis Regresi”*, Yogyakarta, 2010.
- Alma, Buchori, *“Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa”*, CV. Alfabetha, Bandung, 2011.
- Amirudin, Fatakh. 2016. *“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Casa D’Oro Restaurant Jakarta”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
- Angipora Marius P. *“Dasar-Dasar Pemasaran”*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012.
- Arianto, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1).
- Arianto, N., & Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Semarak*, 1(1), 108-115.
- Arianto, N., & Setiawan, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 2(1), 27-37.
- Arikunto, Suharsimi, *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2012.
- Ashari, Taufik. 2014. *“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Kepada Keputusan Pembelian Pada Sevel Ciputat Tangerang Selatan”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Assegaf. 2016. *“Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Astra Autoparts”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Padjajaran.
- Astuti, Dwi, Yetti. 2014. *“Analisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Sanqua”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- David W. Craven *“Strategic Marketing”*, Mc-Graw Hill International, 2014.
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani. 2013. *“Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen”*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- G.R. Terry, & Rue, Leslie W. Rue, *“Dasar-dasar Manajemen”*, Bumi Aksara, Jakarta 2013.
- Ghozali, Imam, *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2011
- Griffin, Jill. 2012. *“Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It”*. Simon and Chuster. Inc. New York.
- Harfani, Rachmat. 2014. *“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester 8 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indraprasta”*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi, W. (2020). Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa.
- Hasan, Ali. 2013. *“Marketing”*. Media Utama., Yogyakarta.
- Hasibuan, SP, *“Dasar-dasar Perbankan”*, Haji Masagung, Jakarta, 2012.
- Hurriyati, Ratih, *“Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen”*, CV. Alfabetha, Bandung, 2012.



- Keller dan Armstrong, "Prinsip-prinsip Pemasaran", Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Erlangga, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip, "Manajemen Pemasaran", Edisi Keempat belas, PT. Indeks, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 2012. "Dasar-Dasar Pemasaran". Alih Bahasa. PT Indeks. Edisi 9, Jakarta.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. 2013. "Manajemen Pemasaran". Erlangga. Edisi 13. Jakarta.
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Lupiyoadi, Rambat, 2012. "Manajemen Pemasaran Jasa". Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Marhaeni. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Persatuan Cinere". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Noviyanti, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(2).
- Nurkhasanah. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Nokia Di Semarang". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Prasetyo, Sigit. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mitra 10 Cabang Bintaro". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang.
- Purwaningsih. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Aneka Food Jakarta". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Rabiula, S. R., Van Fatimah, K., & Sugiyanto, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Permata Tbk. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).
- Romadhina, A. P. (2020). Sugiyanto.". *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Dan Makro*.
- Rusilowati, U., & Wahyudi, W. (2020, March). The Significance of Educator Certification in Developing Pedagogy, Personality, Social and Professional Competencies. In *2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)* (pp. 446-451). Atlantis Press.
- Salimun, S., & Sugiyanto, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).

- Santoso. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indolam Industries". Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indraprasta.
- Simamora, Bilson, "Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Singgih Santoso, "SPSS Statistik Parametrik" Cetakan Kedua, PT. Elek Media
- Sudjana, "Metode Statistika, Penerbit Tarsito. Bandung. Edisi 6. 2010
- Sugiyanto, . (2020) *Manajemen Pemasaran : Inspiring The Salesmanship*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Banten. ISBN 9786237815853
- Sugiyanto, Luh Nadi, and I. Ketut Wanten. "Studi Kelayakan Bisnis Penerbit Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM) Banten 2020." *Cetak Perdana* (2020).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Swastha, Bashu dan T. Handoko, "Manajemen Pemasaran Moderen", BPFE, Yogyakarta, 2010..
- Syofian Siregar, "Statistika Deskriptif Untuk Penelitian", PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, "Service Quality and Satisfiation", Edisi tiga, Andi, Jakarta, 2012.
- Umar, Husen, "Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta , 2013.
- Usmara, "Strategi Baru Manajemen Pemasaran", Amoro book, Yogyakarta, 2013.
- Zeithaml & Bitner, "Service Marketing", McGraw Hill Companies, Singapore, 2013.