



Junengsih¹
 Puri Ardina Ferrizqi²
 Darka³
 Rustomo⁴

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN BUDE PUR, BEKASI UTARA

Abstrak

Kualitas pelayanan di masa teknologi harus mementingkan inovasi terkini dari berbagai segmen pasar. Penelitian ini melakukan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Bude Pur di Bekasi Utara. Serta mencari kontribusi atas kualitas layanan dalam rangka memenuhi kepuasan para pelanggan agar tetap menjaga para pelanggan menjadi pelanggan tetap pada rumah makan Bude Pur. Dengan metode kuantitatif deskriptif pada sampel para pelanggan sebagai responden yang belum diketahui. Peneliti menyebarkan kuesioner terhadap para pelanggan rumah makan Bude Pur, selama satu minggu dengan menggunakan angket pada skala likert. Analisa data menggunakan SPSS versi 25 dapat diketahui hasil penelitian bahwa seluruh kuesioner dinyatakan valid dan reliabel dengan kontribusi cukup dan positif dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan signifikan.

Kata kunci: Kualitas, Layanan, Kepuasan, Pelanggan

Abstract

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Bude Pur Restaurant, North Bekasi: The quality of service in the technological age must attach importance to the latest innovations from various market segments. This study analyzes the effect of service quality on customer satisfaction at Bude Pur restaurant in North Bekasi. As well as looking for contributions to service quality in order to meet customer satisfaction in order to keep customers becoming regular customers at Bude Pur restaurant. With descriptive quantitative methods on a sample of customers as unknown respondents. Researchers distributed questionnaires to customers of Bude Pur restaurant, for one week using questionnaires on the Likert scale. Data analysis using SPSS version 25 can be seen the results of the study that all questionnaires are declared valid and reliable with sufficient and positive contributions with a quality effect on service on significant customer satisfaction.

Keywords: Quality, Service, Satisfaction, Customer

PENDAHULUAN

Perkembangan rumah makan sebagai penyumbang perekonomian Indonesia baik dalam bentuk rumah makan kelas menengah maupun warung-warung makan kelas menengah bawah. Warung makan adalah usaha kecil yang bergerak di bidang penjualan makanan. Masyarakat kelas menengah ke bawah biasanya mengunjungi kedai makanan karena merupakan tempat makan yang murah. Namun, banyak juga masyarakat kelas menengah ke atas yang bersantap di sini. Stand makanan memiliki ciri desain interior dan tempat duduk yang tidak rumit. Di sisi lain, banyak pula stand makanan yang menawarkan masakan lezat namun seringkali ditawarkan dengan harga murah. Gerai makanan merupakan pilihan populer bagi individu untuk bersantap, terutama bagi mereka yang berpenghasilan rendah. Gerai makanan semakin populer di kalangan masyarakat dengan anggaran terbatas sebagai akibat dari iklim ekonomi yang menantang baru-baru ini, rilis (<https://www.kompasiana.com>, 2023).

^{1,2,3,4} Universitas Pertiwi

email: junengsih@pertiwi.ac.id¹, 20120091@pertiwi.ac.id², darka@pertiwi.ac.id³, rustomo@pertiwi.ac.id⁴

Konsep pengembangan warung makan melalui berbagai strategi pemasaran yang harus dikelola oleh pemilik warung makan yang masih berbasis kepemilikan pribadi. Hal tersebut dalam rangka mendorong kepuasan pelanggan lebih maksimal. Strategi pemasaran diartikan sebagai upaya untuk mempromosikan suatu produk, atau lebih tepatnya, barang atau jasanya, dengan menggunakan strategi dan teknik tertentu dalam upaya untuk meningkatkan penjualan. Anda juga bisa memahami strategi pemasaran. Didicirikan sebagai serangkaian tindakan yang diambil oleh bisnis untuk mencapai tujuan tertentu, karena jumlah orang yang mengetahui proposal tersebut akan menentukan seberapa baik penjualannya, (Gerry Armstrong, et.al. 2009), jurnal (Dewi, et.al. 2021).

Kontek dalam pemasaran harus mengedepankan kualitas dalam melayani para pelanggan “Kualitas layanan mengacu pada upaya untuk memuaskan kebutuhan dan preferensi pelanggan sambil menjaga keakuratan dalam memenuhi harapan pelanggan.” Konsumen mempertimbangkan aspek promosi selain keunggulan layanan, (Philip Kotler 2016) jurnal (Sulistiyawat, et.al. 2015).

Menurut (Sulistiyowati 2018:13), untuk memastikan pelanggan puas dengan layanan yang diberikan penyedia, kualitas menjadi tolok ukur bagi mereka untuk terus berinovasi. Oleh karena itu, manajemen terus berusaha mencari cara untuk membuat pelanggan senang dengan layanan yang telah mereka berikan. Paradigma industri manufaktur kini berubah fokus pada sektor jasa. Agar perusahaannya tumbuh dan lebih berkelanjutan, maka perusahaan yang berorientasi pada manufaktur maupun jasa harus mampu memaknai permintaan pelanggan sebagai pihak yang memanfaatkan barang yang dibuatnya.

Harapan pelanggan harus dipenuhi oleh produk yang berkualitas, dan agar penyedia layanan dapat memahami dan mengidentifikasi harapan ini, harapan tersebut dapat diukur dengan kualitas produk, yang dapat berupa komoditas atau layanan. Menurut Wijaya dalam (Sulistiyowati 2018:25-26), ada delapan dimensi kualitas yang meliputi:

1. Kinerja adalah tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi- fungsi produk.
2. Keindahan Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk, misalkan penampilan fasilitas, peralatan, personalia (karyawan), dan informasi-informasi yang disampaikan kepada konsumen yang berkaitan dengan jasa yang ditawarkan.
3. Kemudahan perawatan dan perbaikan berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.
4. Keunikan Keunikan (features), yaitu karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis.
5. Reliabilitas merupakan probabilitas produk atau jasa dapat menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu.
6. Daya Tahan Daya tahan (durability) merupakan sebagai umur manfaat dari fungsi produk.
7. Kualitas kesesuaian (quality of conformance) merupakan ukuran mengenai apakah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan.
8. Kegunaan yang sesuai (fitness for use) merupakan kecocokan dari produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan.

Hasil penelitian (Silvia, et.al. 2022), harga, pendapatan, dan tingkat konsumsi semuanya mempengaruhi daya beli. Individu dengan daya beli atau pendapatan terbatas akan membeli barang dalam jumlah yang lebih kecil dan dengan biaya yang relatif lebih rendah. Kondisi ini muncul untuk memungkinkan individu dalam perekonomian tertentu dapat memenuhi seluruh kebutuhannya, terutama kebutuhan dasarnya. Daya beli konsumen dan akan mereferensikan atas kepuasan konsumen atau pelanggan.

Kotler dalam penelitian (Murdianto, et.al. 2019) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan bahagia atau tidak puas seseorang setelah dilakukan perbandingan antara hasil yang diharapkan dan hasil sebenarnya. Jika hasilnya tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa mereka tidak puas. Konsumen boleh dikatakan puas dengan hasilnya jika sesuai dengan harapannya. Jika hasilnya melebihi ekspektasi pelanggan, mereka merasa sangat senang atau puas. Menurut penjelasan di atas, kepuasan adalah perasaan atau penilaian terhadap kinerja atau hasil yang diantisipasi.

Kepuasan pelanggan atau konsumen harus memperhatikan kualitas barang yang digunakan adalah faktor terpenting yang harus dipertimbangkan oleh setiap bisnis untuk

memuaskan pelanggan. Pelanggan mempertimbangkan berbagai kriteria saat memutuskan apakah akan tetap menjalankan suatu bisnis, seperti:

- 1) Bantuan, komponen utama jasa, yang berupaya memelihara dan meningkatkan hubungan antara produsen dan konsumen, adalah jasa. Dalam pelayanan, mendengarkan keluhan atau saran klien yang berbeda sama pentingnya karena membantu memberikan jawaban yang disesuaikan, meningkatkan produk, dan meningkatkan permintaan konsumen.
- 2) Kualitas Produk, sangatlah penting, bahkan lebih penting daripada memberikan masukan terbaik, karena kualitas mewakili harapan konsumen terhadap apa yang diproduksi oleh produsen. Memperhatikan kesesuaian yang diperlukan, keawetan produk yang harus diperhatikan, keunggulan produk yang dibuat, serta kehandalan produk yang akan mempengaruhi minat konsumen merupakan beberapa cara untuk menjamin kualitas produk dapat dipercaya. Hal inilah yang menjadi sumber kepercayaan (loyalitas) dalam terus membeli barang yang diproduksi oleh produsen.
- 3) Harga Setiap bisnis memerlukan tolok ukur harga karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan untuk pelanggannya berfungsi sebagai panduan bagi produk itu sendiri. Harga akan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu produk. Oleh karena itu, tetapkan patokan nilai harga produk dengan menentukan harga berdasarkan kualitas bahan baku, peralatan yang digunakan, dan tingkat keterampilan yang terlibat.
- 4) Rencana Pemasaran dan Promosi yang Tepat, promosi adalah proses dimana kita mencerahkan pelanggan, melampaui penjualan rata-rata, dan menumbuhkan rasa loyalitas terhadap produk kita. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk membujuk pelanggan agar memanfaatkan barang atau jasa agar mereka senang dengan pembeliannya, rilis (<https://www.gramedia.com>, 2023), dan jurnal (Irma, at.all. 2020).

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan metode penelitian kuantitatif menggunakan angka dan statistic. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi awal sebagai langkah atas pengenalan objek penelitian, serta wawancara sederhana. Dengan dilanjutkan penyebaran dan pengisian kuesioner oleh responden, (Fauziah 2018).

Skala pengukuran dengan skala linkert 1- 4, untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti, (Ghozali, 2018:66). Pengujian instrumen yang telah di entry pada uji validitas dan reliabelitas pada masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

Populasi adalah wilayah generalisasi objek yang akan diteliti pada pelanggan warung Bu Pur di Bekasi. Dengan populasi tak terhingga, teknik pengambilan data dengan *teknik accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, (Sugiyono 2016). Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang dipakai untuk menggambarkan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat untuk menguji hipotesis. Dan mengukur kontribusi atas variabel independen terhadap variabel dependen sebagai langkah mengetahui suatu hubungan dan pengaruh, Arikunto dalam (Jayusman dkk 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Warung makan sebagai penyedia makanan dan minuman semakin populer akhir-akhir ini berkat beragam menu yang ditawarkan. Namun bukan hanya makanan dan minuman; Tempat makan seperti warung makan bisa saja disulap menjadi kekinian. Warung makan Bu Pur selama ini dikaitkan dengan makanan rumahan yang murah. Ruangnya sederhana, bahkan terkesan kurang higienis dan nyaman. Saat ini banyak sekali restoran yang mengadopsi konsep warung makan namun menyajikannya dengan lebih modern.

Pelanggan Warung Makan Bu Pur di Bekasi rata – rata 85% merupakan pekerja atau karyawan di Kawasan Industri. Lulusan SLTA/ sederajat 78% masih mendominasi para pekerja

di Kawasan industry. Pada usia antara 20 – 30 tahun yang merupakan kaum produktif sebagai pekerja dan tentunya mencari jenis makanan yang bervariasi namun murah.

Analisa Data

Pengambilan data dibagi menjadi 2 tahap, dimana tahap 1 terkumpul 90 responden dan tahap 2 terkumpul 60 responden, total 150 responden dalam termin 3 minggu. Hasil dari penyebaran kuesioner sebagai pokok pada data primer yang telah di peroleh berupa kuesioner menunjukkan bahwa responden dari 100 para pekerja dan 50 merupakan Ibu Rumah Tangga di wilayah sekitarnya.

Dengan menggunakan data sampel atau populasi, statistik deskriptif berfungsi untuk mencirikan atau memberikan gambaran umum tentang subjek yang diteliti. Biasanya, tindakan sentralisasi data digunakan untuk menampilkan data dalam statistik deskriptif yang di sampaikan pada tabel 4.1. di bawah ini:

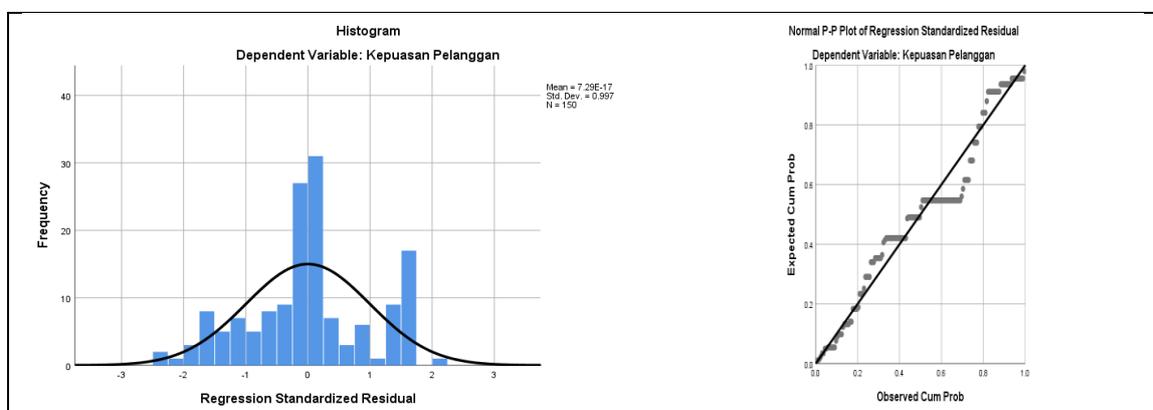
Tabel 1. Deskriptif Statistik

Statistics			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
N	Valid	150	150
	Missing	0	0
Mean		52.8867	70.1533
Std. Error of Mean		.41704	.78838
Median		53.0000	68.5000
Mode		60.00	80.00
Std. Deviation		5.10762	9.65564
Variance		26.088	93.231
Range		16.00	20.00
Minimum		44.00	60.00
Maximum		60.00	80.00
Sum		7933.00	10523.00

Sumber: Olah data SPSS 24, 2024

Tabel 1. Dengan menggunakan data sampel atau populasi, statistik deskriptif berfungsi untuk mengkarakterisasi atau memberikan gambaran tentang subjek penelitian. Statistik deskriptif seringkali menampilkan data sebagai pengukuran atau data yang terorganisir secara terpusat. Rata-rata adalah metrik yang umum digunakan untuk sentralisasi data dengan kualitas pelayanan sebesar 52.9 serta kepuasan pelanggan sebesar 70.2, Sugiyono dalam (Abdullah, 2022:66).

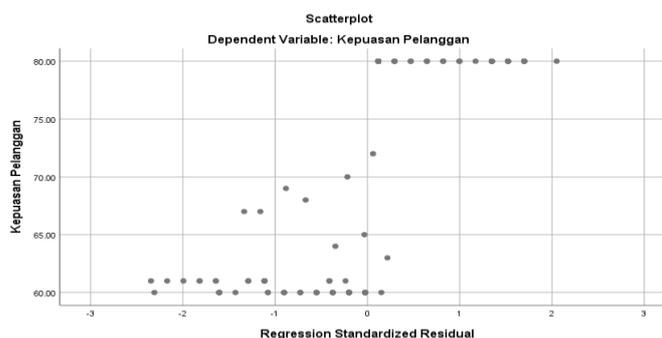
Pengujian asumsi klasik sebagai prasyarat statistik untuk analisis regresi linier berganda berdasarkan kuadrat terkecil biasa adalah uji asumsi klasik. Uji normalitas dilakukan dengan histogram dan PP-Plot pada gambar berikut:



Gambar 1. Uji Normalitas (sumber: Olah data SPSS 25, 2024)

Keputusan uji normalitas histogram dan PP-Plot pada gambar 1. Garis diagonal yang lurus dibentuk oleh distribusi normal. Data normal akan menghasilkan sedikit nilai yang sangat rendah dan sangat tinggi, dengan sebagian besar nilai dikumpulkan di sekitar medium. Jika sebaran data sisa normal, maka garis yang mewakili data sisa akan mengikuti garis diagonal. Jika titik-titik tersebut menyebar sepanjang garis diagonal dan mengikuti arahnya, maka gambar akan menghasilkan garis diagonal lurus. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sisa telah terdistribusi dengan baik.

Sedangkan pada uji heteroskedastisitas jika grafik *scartterplot* sebagai landasan pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat disimpulkan dari grafik sebar SPSS jika menunjukkan pola tertentu, misalnya titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, menyebar, lalu menyempit). Sebaliknya jika titik-titiknya tersebar dan tidak terlihat polanya maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2. Uji heteroskedastisitas (sumber: Olah data SPSS 25, 2024)

Seperti terlihat pada gambar 2. grafik sebaran berikut, tidak ada pola yang terlihat karena titik-titik tersebar tidak menentu di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat dikatakan tidak terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas.

Hasil uji instrumen kuesioner penelitian atas validitas dan reliabilitas, untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan kekonsistenan pada kuesioner yang di telah di isi oleh responden. Adapun hasil uji validitas pada olah data SPSS 25 dimana seluruh pernyataan atas variabel independen dan dependen memiliki nilai hasil di atas 0.195 untuk *R* tabel *product moment* pada 150 responden dengan keputusan valid. Pada uji reliabilitas secara bersama-sama atas tiga variabel memiliki nilai *alpha cronbach's* sebesar 0.712 lebih besar dari standar yang ditetapkan *alpha cronbach's* 0.70, (Ghozali 2018). Dan pada perlakuan secara parsial atas tiga variabel hasil *alpha cronbach's* di atas 0.70, pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Pelayanan	70.1533	93.231	.669	.721
Kepuasan Pelanggan	52.8867	26.088	.669	.709

Sumber: Olah data SPSS 25, 2024

Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen ditunjukkan pada tabel 4.3 dibawah ini, bahwa nilai R dari model summary sebesar 0.669. Dapat disimpulkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen kuat positif sesuai dengan tabel interpretasi koefisien korelasi, (Sugiyono 2018).

Adapun kontribusi pada nilai *Rsquare* sebesar 0.448, atau setara dengan 48.8% kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung makan Bu Pur di Bekasi positif cukup serta sisanya 51.2% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum di teliti pada penelitian ini.

Tabel 3. Tabel Model Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.448	.444	7.20015
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Olah data SPSS 25, 2024

Pengaruh dua variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama $Y = a + bX$ dengan nilai $Y = 3.259 + 1.265X$

Tabel 4. Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.259	6.136		21.531	.006
	Kualitas Pelayanan	1.265	.115	.669	10.952	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Olah data SPSS 25, 2024

Nilai konstanta (a) adalah 3.259 yang bertanda positif. Indikasi adanya pengaruh searah antara variabel independen dan dependen ditunjukkan dengan tanda positif. Terlihat dari nilai kualitas pelayanan (X) sebesar 1.265. Angka ini menunjukkan adanya hubungan positif. Dan pengaruh secara bersama-sama antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai signifikan $P\text{-value} = 0.006$ lebih besar dari nilai $\alpha = 0.05$ ($p\text{-value} < \alpha$) maka dapat di putuskan berpengaruh signifikan.

Pada uji F untuk mengetahui apakah faktor-faktor independen mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen atau tidak. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan digunakan uji F. Nilai signifikan $F < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen, atau sebaliknya. Level yang digunakan adalah 0,5 atau 5%, (Ghozali 2018). Keputusan: Apabila F mempunyai nilai signifikan kurang dari 0.05 maka H_0 diabaikan dan H_1 diakui. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen. H_0 diterima dan H_1 menunjukkan tidak ada satu pun faktor independen yang mempengaruhi variabel dependen secara signifikan jika nilai signifikansi $F > 0,05$.

Tabel 5. Uji Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6218.823	1	6218.823	119.957	.000 ^b
	Residual	7672.650	148	51.842		
	Total	13891.473	149			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan						

Sumber: Olah data SPSS 25, 2024

Tabel 5. digunakan untuk mendukung kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini terlihat dari nilai F yang diperoleh sebesar 119.957. Sedangkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan model regresi berganda ini layak digunakan dan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial variabel independen kualitas pelayanan pada warung Bu Pur di Bekasi.

SIMPULAN

Layanan berkualitas adalah mengikuti protokol dan prosedur yang ditetapkan, cepat, menyenangkan, bebas kesalahan, dan memenuhi tenggat waktu. Halnya diterapkan pada warung makan yang harus dapat menyediakan beberapa karakteristik layanan. Warung makan Bu Pur dapat memenuhi instrument tersebut dengan suatu bukti nyata kepada para pelanggan yang mengharapkan layanan prima saat banyaknya pembeli atau pelanggan yang mengantri untuk membeli makanan atau makan di tempat warung Bu Pur.

Layanan yang ada di warung makan Bu Pur atas pendapat para pelanggan baru memenuhi kepuasan cukup baik namun para pelanggan masih loyal untuk membeli berbagai macam makanan siap santap di warung Bu Pur sangat signifikan. Dimana warung makan Bu Pur harus mengedepankan pelanggan yang sudah dikenal untuk setia berbelanja makanan siap santap di warung makan tersebut. Dalam menjaga kepuasan pelanggan warung makan maka pemilik harus pandai mengatur strategi agar para pelanggan tidak kecewa dan akan meninggalkan warung makan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pertama. ed. Nanda Saputra. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Dewi, Raden Roro Vemmi Kesuma, ve at.all. 2021. "Pengembangan Wirausaha Makanan Tradisional Berbahan Baku Ubi Jalar Sebagai Dampak Dari Peningkatan Permintaan Dunia Wisata di Desa Bandorasa Kab. Kuningan". *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)* 3(1): 42.
- Fauziah, Ade. 2018. "Deskriptif Kuantitatif". *Jurnal UINSU Vol 1 No 1*: 1–9.
- Gerry Armstrong, ve at.all. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Philip Kot. Jakarta: Indeks Jakrta.
- Ghozali. 2018. *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss 19*. Edisi 5. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irma, Ade, ve at.all. 2020. "Pengaruh Tangible dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel". *Jurnal Niagawan Vol 9(No 3)*: 164–71.
- Jayusman, ve dkk. 2020. "Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah". *Jurnal Artefak Vol 7 No 1*: 13–30.
- Murdianto, Yoga, ve et.al. 2019. "Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang)". *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol. 3, No: 10*.
- Philip Kotler. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Keduabelas. ed. dkk Adi Maulana. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Silvia, Deby, ve at.all. 2022. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Daya Beli Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo". *Jurnal Bharanomics, Universitas Bhayangkara Surabaya Vol 3, No: 12*.
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian pendidikan, pendekatan kuantitatif. intro*. ed. Sugiyono. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung 2016.
- . 2018. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. ed. Sugiono. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sulistiyowati, Wiwik. 2018. *Kualitas Layanan:Teori dan Aplikasinya*. Pertama. ed. Septi Budi Sartika. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Sulistiyawat, Ni Made Arie, ve at.all. 2015. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran indus Ubud Gianyar". *E-Jurnal Manajemen Unud* 4: 15.
- Kompasiana, 2023, [https://www.kompasiana.com/vincensiusade8895 - /65029f364addee6dd844c283/peran-bisnis-kuliner-umkm-dalam-perekonomian-dan-inovasi-lokal](https://www.kompasiana.com/vincensiusade8895-/65029f364addee6dd844c283/peran-bisnis-kuliner-umkm-dalam-perekonomian-dan-inovasi-lokal)
- Gramedia, 2023, *Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator dan Optimalisasinya* <https://www.gramedia.com/literasi/kepuasan-pelanggan/>