

Pengaruh *Food Quality, Facility, Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction (Study Kasus PT X)*

Agnes Tambunan^{1*}, Adhitomo Wirawan

¹ Dosen Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Batam, Indonesia

² Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Batam, Indonesia
agnestambunan68@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima: diisi oleh tim JBM Direvisi: diisi oleh tim JBM Disetujui: diisi oleh tim JBM</p> <p>Kata Kunci: <i>Food Quality, Facility, Service Quality dan Customer Satisfaction</i></p>	<p>Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis atau menyelidiki pengaruh dari <i>Food Quality, Facility, Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>. Populasi atau sasaran pada penelitian ini yakni karyawan PT X sebanyak 60 responden. Penelitian ini dengan metode kuantitatif menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi dibantu SPSS 25 untuk mengolah data. Hasil uji hipotesis memakai uji t dan uji F yang memperlihatkan ada pengaruh <i>significant</i> antar variabel independen dengan variabel dependen. Dimana penelitian memperlihatkan terkait <i>Food Quality, Facility, dan Service Quality</i> berpengaruh <i>significant</i> pada <i>Customer Satisfaction</i> di PT X.</p>

PENDAHULUAN

PT X ialah perusahaan kimia yang krusial sekali pada perkembangan industri kimia di Indonesia. Dalam perkembangannya sendiri, PT X terus melaksanakan berbagai cara untuk membuat meningkat efektivitas kinerjanya, salah satunya adalah sumber daya manusia (SDM). Kualitas SDM menjadi aspek yang krusial sekali bagi PT X yang berkaitan dengan kesuksesan perusahaan. Untuk membuat meningkat kualitas SDM PT X melaksanakan pelatihan pada setiap karyawan agar mempunyai skill yang selaras pada standar perusahaan, tidak hanya itu saja PT X juga bertanggung jawab terhadap kualitas makanan dan minuman yang akan dikonsumsi oleh karyawan. Kualitas makanan menjadi aspek yang sangat penting bagi PT X karena secara tidak langsung. Makanan yang dikonsumsi akan mempengaruhi kesehatan karyawan dan akan berpengaruh pada kinerja karyawan. Makanan dengan cita rasa yang lezat dan menarik dari segi tampilannya, tentu saja menjadi point pertama yang bisa menarik hati konsumen untuk mengkonsumsinya. Selain cita rasa, higienitas pada makanan juga menjadi hal krusial yang bisa menyumbang pengaruh kepuasan konsumen atau penilaian konsumen terhadap makanan yang dikonsumsi. Seperti halnya kualitas dari bahan baku produk yang dipakai, apakah masih dalam kondisi segar dan layak dipakai dalam jangka waktu

kadaluarsa yang masih lama sehingga terpenuhi kebutuhan gizi yang baik yang terkandung dalam makanan yang dikonsumsi.

Cita rasa, higienitas, kualitas bahan baku, gizi pada makanan dan variasi menu termasuk dalam komponen pada *Food Quality*. *Food Quality* berperan penting bagi konsumen. Kualitas makanan terdiri dari berbagai ragam gizi serta nilai rasa yang mampu mengevaluasi pengalaman serta kepuasan pelanggan terhadap suatu tempat makan (Prasetyo & Suryani, 2023). Kondisi itu memperlihatkan terkait semakin baik kualitas suatu makanan maka akan semakin baik pula tingkat kepuasan konsumen.

Fasilitas memberikan persepsi kualitas yang bersih, terawat, dan modern juga memberikan kesan bahwa perusahaan atau layanan tersebut memperhatikan kualitas dan detail. Kondisi itu bisa membuat meningkat kepercayaan pelanggan terhadap merek atau layanan yang disediakan (Auli Lucky Yuriansyah, 2013)

Secara intrinsik terkait dengan kualitas layanan (*Service Quality*) untuk membuat meningkat pangsa pasar dan loyalitas pelanggan, bisnis telah menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas. Namun, pelanggan sering kali dirugikan karena beberapa bisnis belum memahami tren populer yang disukai pelanggan.

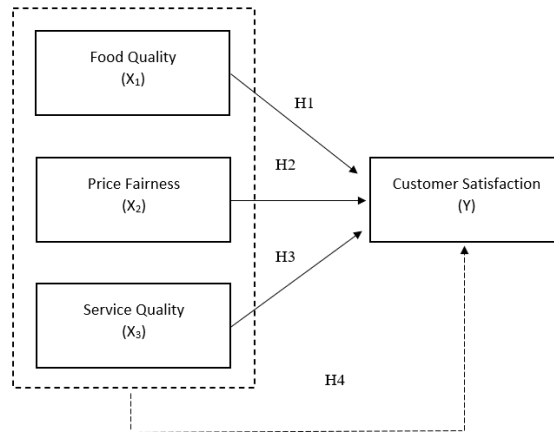
Kepuasan pelanggan atau *Customer Satisfaction* menjadi nilai penting karena pelanggan yang puas memberikan umpan balik *positive* dan bisa menjadi advokat untuk memberi rekomendasi produk ataupun layanan kepada individu lain. Pemeliharaan pelanggan adalah kunci kesuksesan jangka panjang. Seperti halnya pada efisiensi waktu dalam melayani konsumen, kualitas layanan yang diberikan pelayan terhadap pelanggan berupa ekspresi dan daya tanggap. (Innocentius Bernarto et al., 2022)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan atribut yang diinginkan konsumen, menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap kantin di PT X dan mendapatkan prioritas perbaikan terhadap mutu atribut di Kantin PT X.

METODE

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini yakni kuantitatif. Penelitian kuantitatif yakni penelitian dengan mengaplikasikan angka-angka dalam menarik data untuk menghasilkan data yang pasti. Penelitian ini memakai alat ukur berupa kuesioner (Rosa & Rianto, 2023). Penelitian ini mempunyai dua akar, data yang dipakai peneliti yakni data primer serta data sekunder. Data primer penelitian ini didapatkan langsung dari responden karyawan PT X melalui kuesioner sebagai data untuk menilai kepuasan karyawan kantin PT X. Data sekunder pada penelitian ini diraih dari jurnal sebagai referensi bagi peneliti untuk memberikan gambaran terkait metode penelitiannya.

Dalam Penelitian ini menggunakan 4 Variabel yaitu *Food Quality* (X₁), *Facility* (X₂), *Service Quality* (X₃) dan *Customer Satisfaction* (Y) dan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dengan Hipotesis yang di gunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

H₁ *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*

H₂ *Facility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*

H₃ *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*

H₄ *Food Quality, Facility dan Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*

Obyek pada penelitian ini adalah kepuasan karyawan Jetty 2 di PT X yang berjumlah 70 orang. Pada penelitian ini peneliti menggunakan Teknik slovin untuk menghitung jumlah sampel.

$$n = 70 / (1 + 70 \cdot 0,05^2)$$

$$n = 70 / (1 + 70 \cdot 0,0025)$$

$$n = 70 / (1,175)$$

$$n = 59,57 \quad n = 60 \text{ Orang}$$

Dari jumlah diatas, maka ditetapkan jumlah responden yang diperoleh sejumlah 60 orang. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini memakai teknik *Accidental sampling* dalam mengumpulkan data dengan memilih satuan sampling dengan kriteria responden.

$$n = 70 / (1 + 70 \cdot 0,05^2)$$

$$n = 70 / (1 + 70 \cdot 0,0025)$$

$$n = 70 / (1,175)$$

$$n = 59,57 \quad n = 60 \text{ Orang}$$

Dari jumlah diatas, maka ditetapkan jumlah responden yang diperoleh sejumlah 60 orang. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini memakai teknik *Accidental*

sampling dalam mengumpulkan data dengan memilih satuan sampling dengan kriteria responden.

1. Uji Validitas

Untuk menguji keabsahan data pada suatu penelitian bisa memakai analisis korelasi pearson, didapat bila r hitung $value > r$ table.

2. Uji Realiabilitas Data

Suatu variabel atau konstruk dianggap reliabel. Jika hasil Cronbach Alpha melampaui 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari variabel *Food Quality*, *Facility*, *Service Quality* dan *Customer Satisfaction* dihasilkan koefisien alpha (*Cronbach's Alpha*) $> 0,60$ bisa dinilai bahwa instrumen yang di pakai reliabel (Marcellina, 2023)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pendistribusian data dikerjakan dengan melihat nilainya *significance* variabel (Alfi Syahri, 2021). Jika *significance* kian besar alpha 0,05 maka data dinilai normal *significance value*.

b. Uji Multikolinieritas

analisis yang digunakan dalam regresi linier untuk mendeteksi adanya hubungan linier yang kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

metode yang digunakan dalam analisis regresi untuk memeriksa apakah varians dari kesalahan model regresi tidak konstan (homoskedastisitas). Dalam regresi linier, asumsi dasar adalah bahwa varians dari kesalahan (residual) harus konstan di seluruh rentang nilai variabel independen.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik statistik yang dipakai untuk menerna keterkaitan pada 1 variabel dependen dengan variabel independen yang simultan. Tujuan utama dari analisis ini untuk menentukan sebesar apa hubungan pada variabel dependen serta variabel independen, serta dalam menentukan variabel independen mana yang secara *significant* mempengaruhi variabel dependen.

Rumus Persamaan Linear Berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = *Customer Satisfaction*

a = Bilangan Konstanta

b_1 = Koefisien regresi *Food Quality*

b_2 = Koefisien regresi *Facility*

b_3 = Koefisien regresi *Customer Service*

Penggunaan

X_1 = *Food Quality*

X₂ = Facility

X₃ = Customer Service

e = Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Merupakan tes statistik yang dipakai untuk melaksanakan perbandingan rata-rata dari dua kelompok data. Tujuan utama dari uji t adalah untuk menetapkan apakah perbedaan pada 2 kelompok data terkait adalah *significant* secara statistik, ataukah perbedaan tersebut mungkin terjadi karena kebetulan. Dimana *t hitung value* > nilai tabel

b. Uji F (Uji Simultan)

Sebuah tes statistik dipakai untuk menganalogikan rata-rata dari dua atau lebih kelompok data. Uji F secara khusus dipakai dalam analisis varians (ANOVA), bila nilai uji F cukup besar dan *significant*, yang menentukan di mana suatu kelompok mempunyai rata-rata yang beragam secara *significant* dari kelompok lainnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini terdapat sebanyak 60 responden yang telah mengisi kuesioner dari karyawan PT X yang berada di lokasi jetty 2 dan pengolahan data dibantu menggunakan perangkat lunak SPSS.

Analisis Deskripsi Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 1 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	(29)	48,4%
2.	Perempuan	(31)	51,7%
	Total	(60)	100%

Dari hasil responden ini bisa diketahui yakni jumlah karyawan pada PT X antara laki-laki dan perempuan seimbang, yakni laki laki sejumlah 29 orang (48,4%) dan perempuan sejumlah 31 orang (51,7%) yang terdapat pada tabel diatas.

2. Usia Responden

Tabel 2 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1.	<25 Tahun	(31)	51,7%
2.	26-30 Tahun	(12)	20%
3.	31-40 Tahun	(13)	21,7%

4.	>40 Tahun	(4)	6,7%
	Total	(60)	100%

3. Berdasarkan hasil penelitian tersebut kita mengetahui bahwa responden sebanyak 31 orang (51,7%) berumur <25 tahun, responden berumur 26-30 tahun sejumlah 12 orang (20%), responden yang mempunyai usia 31-40 tahun sejumlah 13 orang (21,7%), dan responden mempunyai usia >40 tahun sejumlah 4 orang (6,7%). Rata-rata responden bisa diidentifikasi berdasarkan umurnya.
Posisi/Jabatan

Tabel 3 Posisi/Jabatan

No	Jabatan/Posisi	Jumlah	Presentase
1.	Staff	(56)	93,3%
2.	Supervisor	(4)	6,7%
	Total	(60)	100%

Berdasarkan hasil penelitian kita mengetahui bahwa jabatan atau posisi responden PT X sebagai staff sejumlah 56 orang (93,3%), dan Supervisor sejumlah 4 orang (6,7%) yang bisa dilihat pada tabel.

Hasil Output dan Interpretasi

1. Hasil Uji Validitas

Berikut hasil uji validitas pada penelitian yang dihasilkan:

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Item	r Tabel	r Hitung	Kesimpulan
X1.1 Food Quality	0,2542	0,676	Valid
X1.2 Food Quality	0,2542	0,705	Valid
X1.3 Food Quality	0,2542	0,683	Valid
X1.4 Food Quality	0,2542	0,690	Valid
X1.5 Food Quality	0,2542	0,678	Valid
X2.1 Facility	0,2542	0,689	Valid
X2.2 Facility	0,2542	0,706	Valid
X2.3 Facility	0,2542	0,683	Valid

Item	r Tabel	r Hitung	Kesimpulan
X2.4 Facility	0,2542	0,698	Valid
X2.5 Facility	0,2542	0,648	Valid
X3.1 Service Quality	0,2542	0,720	Valid
X3.2 Service Quality	0,2542	0,621	Valid
X3.3 Service Quality	0,2542	0,812	Valid
X3.4 Service Quality	0,2542	0,857	Valid
X3.5 Service Quality	0,2542	0,837	Valid
Y1.1 Customer Satisfaction	0,2542	0,703	Valid
Y1.2 Customer Satisfaction	0,2542	0,802	Valid
Y1.3 Customer Satisfaction	0,2542	0,815	Valid
Y1.4 Customer Satisfaction	0,2542	0,645	Valid
Y1.5 Customer Satisfaction	0,2542	0,811	Valid

Untuk menguji keabsahan data pada suatu penelitian bisa memakai analisis korelasi pearson, didapat bila *r hitung value* > *r tabel* yakni sebesar 0,2542 maka data bisa disebut valid dengan *significance* 5% (Asri Kuniyasi, 2021)

2. Hasil Uji Realibilitas Data

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1.	Food Quality	0,717	0,6	Reliabel
2.	Facility	0,714	0,6	Reliabel
3.	Service Quality	0,831	0,6	Reliabel
4.	Customer Satisfaction	0,809	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dari variabel *Food Quality*, *Facility*, *Service Quality* dan *Customer Satisfaction* pada Tabel 5 dihasilkan koefisien alpha (*Cronbach's Alpha*) > 0,60 bisa dinilai bahwa instrumen yang di pakai reliabel (Marcellina, 2023)

3. Hasil Uji Normalitas

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

		60
Normal Parameters a,b	Mean	0,0000000
		0
Most Extreme Differences	Std. Deviation	1,81423495
	Absolute	0,082
	Positive	0,069
	Negative	-0,082
Test Statistic		0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Pada tabel terkait bisa dilihat yakni *significance value* dari variabel yakni sejumlah 0,200 < alpha 0,05 maka bisa dinilai terkait data terdistribusi normal (Asri Kuniyasi, 2021).

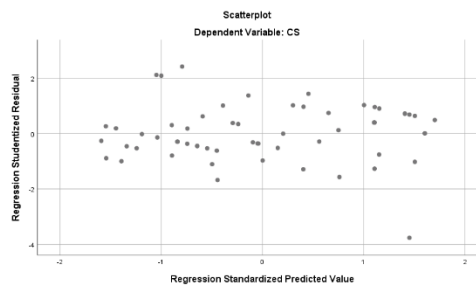
4. Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Food Quality	0,517	1,934
Facility	0,956	1,046
Service Quality	0,520	1,923

Berdasarkan hasil dari tabel terkait diketahui yakni tiap variabel mempunyai *tolerance value* > 0.1 serta *VIF value* <10, maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

5. Hasil Uji Heteroskedastitas



Gambar 1 Uji Heteroskedastitas

Dari grafik diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y atau tidak membentuk suatu pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas pada regresi ini.

6. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	11,536	1,933		5,968	0,000
FQ	0,258	0,076	0,295	3,396	0,001
F	0,152	0,056	0,173	2,706	0,009
SC	0,369	0,053	0,601	6,932	0,000

Berikut rumus Persamaan Linear Berganda,
 $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, bisa dijabarkan yakni:

- a. Konstanta α mempunyai nilai sejumlah 11,536, bersama tanda *positive* yang mempunyai arti memberikan pengaruh yang searah antar variabel independent dan dependen. Yang mempunyai arti jika seluruh variabel independent yakni *Food Quality* (X_1), *Facility* (X_2), dan *Service Quality* (X_3) ternilai 0 atau tidak mendapati perubahan, maka variabel *Customer Satisfaction* bernilai sebesar 11,536.
- b. Nilai koefisien regresi *Food Quality* (X_1) sebesar 0,258 yang menandakan jika *Food Quality* mendapat kenaikan 1% maka *Customer Satisfaction* akan mendapati kenaikan yang artinya tanda *positive* memperlihatkan pengaruh searah antara variabel independent dan dependen.
- c. Nilai koefisien regresi *Facility* (X_2) sebesar 0,152 yang jika *Facility* mengalami kenaikan 1% maka variable *Customer Satisfaction* akan mengalami kenaikan

yang artinya tanda positif menunjukkan pengaruh searah antara variabel independent dan dependen

- d. Nilai koefisien regresi *Service Quality* (X_3) sebesar 0,369 yang menandakan jika *Service Quality* terdapat kenaikan 1% maka *Customer Satisfaction* akan mendapat kenaikan yang artinya tanda *positive* memperlihatkan pengaruh searah antara variabel independent dan dependen.

7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,615 ^a	0,378	0,345	1,86220

Pada hasil output pada tabel 8.15 terkait, diraih nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sejumlah 0,378 yang mempunyai arti pengaruh variabel independent (X) yakni *Food Quality*, *Facility*, serta *Service Quality* terhadap variabel dependen (Y) *Customer Satisfaction* sebesar 37,8%.

8. Hasil Uji T

Tabel 10 Hasil Uji T (Parsial)

Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta	
Constanta	11,536	1,933	5,968	0,000
FQ	0,258	0,076	3,396	0,001
FQ	0,152	0,056	2,706	0,009
SC	0,369	0,053	6,932	0

Berikut rumus untuk menentukan t tabel:

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha / 2 : n - k - 1)$$

$$\begin{aligned} t_{\text{tabel}} &= t(0,05/2 : 60-3-1) \\ &= (0,025 : 56) \\ &= 2,00324 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengujiannya, bisa dijelaskan yakni:

- a. Didapati *sig. value* pada pengaruh X_1 ke Y yakni $0,000 < 0,05$ serta *t hitung value* $3,396 > t_{\text{tabel}} 2,003$ jadi dinilai bahwa H_1 diterima, maka diperoleh pengaruh *significant* X_1 terhadap Y.

- b. Didapati *sig. value* pada pengaruh X₂ ke Y yakni $0,009 < 0,05$ serta *t hitung value* $2,706 > t$ tabel $2,003$ jadi dinilai bahwa H₂ diterima, maka diperoleh pengaruh *significant* X₂ terhadap Y
- c. Didapati *sig. value* pada pengaruh X₃ ke Y yakni $0,000 < 0,05$ serta *t hitung value* $6,392 > t$ tabel $2,003$ jadi dinilai bahwa H₃ diterima, maka diperoleh pengaruh *significant* X₃ terhadap Y.

9. Hasil Uji F

Tabel 11 Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	119,221	3	39,74	66,690	0,000
Residual	33,370	56	0,596		
Total	152,591	59			

Dari tabel diatas terdapat *significance value* $0,000 < 0,05$ serta F hitung $66,690 > F$ tabel $2,77$, yang dinilai bahwa *Food Quality, Facility, dan Service Quality* berpengaruh *significant* pada *Customer Satisfaction*.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan bisa diperoleh yakni:

- 1) *Food Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di PT X
- 2) *Facility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di PT X.
- 3) *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di PT X.
- 4) *Food Quality, Facility, dan Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap *Customer Satisfaction* di PT X.

Saran

Setelah melaksanakan penelitian, berikut terdapat saran yang bisa menjadi bahan pertimbangan oleh peneliti-peneliti berikutnya, yakni:

- 1) Saran peneliti, berdasarkan hasil penelitian aspek yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ialah kualitas layanan. Oleh karena itu direkomendasikan untuk lebih mengevaluasi dan memperhatikan standar layanannya.
- 2) Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat menambahkan jenis variabel nya seperti minat beli ulang, keseimbangan harga, dan citra pelanggan
- 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengambil sampel yang mewakili berbagai macam posisi bukan dari karyawan saja, yaitu sampel jenuh

DAFTAR RUJUKAN

- Admin, W. M. R. B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kebermanfaatan, Keberagaman Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada.co.id. *Jurnal Manajemen Update, Vol 7, No 2 (2018): Jurnal Mahasiswa Manajemen*.
- Amir, A. M. (2021). The Impact of Food Quality , Service Quality , and Physical Environment Toward Customer Satisfaction on Kfc Pengaruh Kualitas Makanan , Kualitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 9(2), 1–17*.
- Anjarsari, G. E., Sri Suprpti, N. W., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Restoran Terhadap Kepuasan Serta Niat Berperilaku. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 5, 1347*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i05.p05>
- Auli Lucky Yuriansyah. (2013). *PERSEPSI TENTANG KUALITAS PELAYANAN, NILAI PRODUK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 1–7.
- Innocentius Bernarto, Agus Purwanto, & Ronnie Resdianto Masman. (2022). The Effect of Perceived Risk, Brand Image and Perceived Price Fairness on Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen, 26(1), 35–50*. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i1.836>
- Irma, A. (2020). Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan. *Niagawan, 9(3), 164*. <https://doi.org/10.24114/niaga.v9i3.19010>
- Komala, C. C., Norisanti, N., & M. Ramdan, A. (2019). Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset*
- Admin, W. M. R. B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kebermanfaatan, Keberagaman Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada.co.id. *Jurnal Manajemen Update, Vol 7, No 2 (2018): Jurnal Mahasiswa Manajemen*.
- Amir, A. M. (2021). The Impact of Food Quality , Service Quality , and Physical Environment Toward Customer Satisfaction on Kfc Pengaruh Kualitas Makanan , Kualitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 9(2), 1–17*.
- Anjarsari, G. E., Sri Suprpti, N. W., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Restoran Terhadap Kepuasan Serta Niat Berperilaku. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 5, 1347*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i05.p05>
- Auli Lucky Yuriansyah. (2013). *PERSEPSI TENTANG KUALITAS PELAYANAN, NILAI PRODUK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 1–7.

Innocentius Bernarto, Agus Purwanto, & Ronnie Resdianto Masman. (2022). The Effect of Perceived Risk, Brand Image and Perceived Price Fairness on Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen*, 26(1), 35–50. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i1.836>

Irma, A. (2020). Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan. *Niagawan*, 9(3), 164. <https://doi.org/10.24114/niaga.v9i3.19010>

Komala, C. C., Norisanti, N., & M. Ramdan, A. (2019). Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 58–64. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i2.62>

Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(May), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005>

Kristiawan, Y., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2021). Customer Satisfaction: Service Quality or Product Quality (Case Study at Fast Food Restaurant in Jabodetabek). *Binus Business Review*, 12(2), 165–176. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6672>

Marcelina, S., Riorini, S. V., & Alma, N. S. (2023). Pengaruh Service Quality, Price, Dan Environment Terhadap Customer Satisfaction Pada Fast Food Restaurant. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(2), 307–309. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i2.167>

Pereira, D., & Sukaatmadja, N. G. K. G. I. P. G. (2016). Pengaruh Service Quality Terhadap Satisfaction Dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah Di Dili Timor-Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(3), 463.

Prasetyo, Y. D., & Suryani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Makanan, Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Niat Pembelian Ulang Pada Pizza Hut Delivery Di Surabaya. *Jurnal Manajerial*, 10(01), 158. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i01.4894>

Premayani, N. W. W., & Yoga, G. A. D. M. (2019). Pengaruh Kewajaran Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Wina Rumah Kebaya. *Widya Manajemen*, 1(2), 113–157. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i2.360>

Putri, K & Nurcaya, I. (2013). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(8), 247815.

Rosa, D., & Rianto, M. R. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja Serta Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja PT. SKF Indonesia. *Jurnal Audit Dan Perpajakan (JAP)*, 1(2), 110–113. <https://doi.org/10.47709/jap.v1i2.2039>

Sartika Moha, & Sjendry Loindong. (2016). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL YUTA DI KOTA MANADO . 4, 575–584.

Setiawati, R. W., & Bernarto, I. (2022). Effects of Service Quality, Food Quality, and Price Fairness Customer Satisfaction at Japanese restaurant 3 Wise Monkeys, Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 8921–8934.

Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.

Sugiyono, 2019: 72 dalam SANTIKA ANDRIANI BUDIMAN. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan*. 1–23.

Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>