

Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sorai Steamboat Grill

Hilda Sri Mulyani¹, Maisya Assidiqi², Ramayani Yusuf³

Manajemen Bisnis, Ekbis, Politeknik Piksi Ganesha, Bandung Indonesia¹
Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung Indonesia²
Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung Indonesia²

Abstract

Research conducted to know about the quality of Products and Services affects the level of customer or consumer satisfaction level at Sorai Steamboat & Grill, Bandung. This research was conducted with quantitative research type with reference Purposive sampling technique through research data collected using how to disseminate questionnaires on 100 respondents to obtain data Customer or consumer satisfaction level, Product Quality and Service. The result data in the analysis using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The data analysis technique used is SPSS. Testing techniques are conducted with Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression Test, F Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Moment Product Coleration Test, and Determinant Coefficient. The results of this study showed the quality of products provide 37 percent of customer or consumer satisfaction levels and Service Quality affects 25.1 percent of customer or consumer satisfaction levels and Product Quality and Service Quality affects simultaneously by 79.1 percent to customer or consumer satisfaction levels.

Keywords: consumer satisfaction; product quality; service

Abstrak

Penelitian dilakukan guna mengetahui tentang kualitas Produk dan Pelayanan mempengaruhi Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen pada Sorai Steamboat & Grill, Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan Jenis penelitian Kuantitatif dengan acuan Teknik purposive sampling melalui data penelitian dikumpulkan menggunakan cara menyebarkan kuesioner pada 100 responden untuk memperoleh data Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, Kualitas Produk dan Pelayanan. Data hasil di analisis dengan menggunakan Analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Teknik analisis data yang digunakan adalah SPSS. Teknik pengujian dilakukan dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji Normalitas, Uji multikolinieritas, Uji Kolerasi produk Momen, dan Koefisien Determinan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya mutu produk memberikan pengaruh sebesar 37 persen terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen dan Kualitas Pelayanan berpengaruh sebesar 25,1 persen terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen serta Mutu Produk dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi secara simultan sebesar 79,1 persen terhadap Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen.

Kata Kunci: kualitas produk; kepuasan pelanggan; pelayanan

Corresponding author. massidiqi@piksi.ac.id¹, hsmulyani@piksi.ac.id², yusufmayani@gmail.com³

History of article. Received: April 2021, Revision: Juni 2021, Published: September 2021

PENDAHULUAN

Saat ini, dunia bisnis bersaing dengan semakin ketat. Perihal ini mengharuskan tiap industri bisa memaksimalkan kinerjanya untuk bisa bersaing di pasar. Industri diharapkan bisa menguasai kebutuhan serta kemauan konsumen. Oleh sebab itu, industri harus merancang kebijakan pemasaran yang lebih baik supaya bisa menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen serta

bertahan dalam persaingan bisnis. (S. Rina, 2017).

Pada saat ini usaha kuliner menjadi usaha yang terus mengalami perkembangan dan sangat kompetitif. Karena sangat kompetitif hingga menyebabkan banyaknya usaha di bidang kuliner menghasilkan jenis produk yang sama dengan layanan yang beragam. (M. Rina & Sheli, 2018).

Bisnis kuliner adalah salah satu usaha di bidang bisnis yang mempunyai peluang yang

sangat besar di Bandung, oleh karena itu banyak pengusaha yang berebut untuk mengembangkan bisnis ini, seperti mendirikan restoran (mandiri ataupun waralaba), cafe, coffee shop, rumah makan, bar hingga jasa catering. Ini yang terdapat pada peraturan Daerah Kota Bandung Pasal 18 Ayat 2 Nomor 07 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisata. Mendapatkan Laba merupakan tujuan dari para pelaku usaha, untuk mendapatkan konsumen di butuhkan sebuah konsep yang menarik agar konsumen memiliki rasa ketertarikan terhadap produk kita. Juga di Kota Bandung, banyak orang yang sekarang menggunakan bisnis memasak ini untuk memulai bisnis mereka. Berikut adalah data perkembangan usaha berbagai industri masakan di Bandung periode 2016-2018, yaitu:

Tabel 1. Jumlah Industri Kuliner di Kota Bandung 2016-2018

No	Industri Kuliner	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Restoran	127	155	197
2	Kedai Makan	93	126	140
3	Restoran <i>Frenchise</i>	68	77	89
4	<i>Cafe</i>	267	339	394
5	Pujasera	42	59	65
6	Bar	13	32	45
7	Jasa Boga	18	26	32

Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa bisnis makanan dan minuman di Kota Bandung selama periode 3 tahun (2016-2018) mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menjadi bukti jika industri makanan dan minuman di Kota Bandung berkembang dari waktu ke waktu. Memiliki ciri khas dan selalu berinovasi memang harus di miliki oleh para pelaku usaha agar mampu memenangkan pangsa pasar dan juga mengoptimalkan Laba Perusahaan (Dwi, 2019).

Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen selalu menjadi hal yang wajib untuk diberi perhatian oleh setiap perusahaan, terutama dalam melakukan kegiatan usaha di bidang kuliner. Saat ini, banyak usaha kuliner yang semakin menyadari pentingnya tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen dan mengembangkan strategi untuk memberikan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. (S. Rina, 2017)

Kotler & Keller (2007:177) dalam buku Manajemen Pemasaran (Meithiana, 2019) dapat dipahami bahwasanya Kepuasan Pelanggan atau Konsumen yaitu perasaan baik senang maupun kecewa yang dirasakan individu yang muncul akibat dilakukan perbandingan terhadap kinerja sebuah produk dengan ekspektasi terhadap kinerja produk tersebut sebelumnya.

Dikutip dari Widhiarti & Ibrahim (2017), Tjiptono (2011: 434) mengatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen yaitu hasil suatu evaluasi akibat setelah membayarkan sesuatu, di mana penilaian terhadap sesuatu atau kinerja yang berasal dari produk atau jasa tertentu yang dipilih berhasil memenuhi ataupun malah mengungguli harapan konsumen yakni sebelum dilakukan pembelian.

Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen hendak membawa keuntungan untuk perusahaan khususnya yang bergerak di bidang kuliner. Dengan memelihara serta memberikan kepuasan kepada konsumen, para konsumen tersebut lebih condong untuk membeli kembali barang atau jasa yang sudah dikonsumsi. Ulasan dari konsumen yang merasa puas bisa berupa anjuran yang diberikan kepada konsumen lain yang mungkin saja belum pernah merasakan serta menyebutkan sesuatu yang baik dan nilai positif dari perusahaan. (Lusiani et al., 2017).

Sebagian besar faktor yang mendorong dicapainya tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen adalah kualitas yang dimiliki produk/jasa. Diharapkan para pemilik usaha

atau para pegiat usaha di sektor kuliner wajib memperhatikan apa saja faktor yang menghasilkan kepuasan tersebut. Hal ini dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang telah mengkonsumsi produk atau jasanya dari perusahaannya. Hal pertama yang dapat memberikan efek tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen yaitu kualitas atau mutu produk. Guna memperoleh keuntungan perusahaan harus mengadopsi konsep kualitas, karena kualitas berdampak besar pada konsumen (M. Rina & Sheli, 2018).

Menurut (Umami, Rizal, & Sumartik, 2016: 251) dalam (Nikie & Elfi, 2020) Kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk atau barang yang diproduksi pada saat menjalankan fungsinya yang harus mengandung kelebihan tertentu dilihat dari standar mutu, ketahanan, kemudahan, tingkat akurasi, kualitas, atau fitur nilai.

Ibrahim & Thawil (2018: 179) dalam (Nikie & Elfi, 2020) mendefinisikan kualitas atau mutu produk sebagai sebuah kombinasi yang terjadi dari semua karakteristik atau kekhasan produk/jasa yang diperoleh dari proses penjualan, teknik perindustrian dan pemeliharaan. Dengan begitu, produk dapat digunakan sesuai apa yang dibutuhkan pemakai.

Menurut (Assauri, 2012: 167) dalam (S. Rina, 2017) untuk menggapai kualitas produk yang diinginkan, dibutuhkan standar kualitas. Tujuannya supaya produk yang diproduksi atau dihasilkan bisa mencakup segi standar yang sudah ditentukan. Dengan begitu, pelanggan tidak akan merasa kehilangan atas kepercayaan yang telah ada terhadap produk tersebut. Sebuah pengalaman dan perasaan dari pelanggan atau konsumen dalam membeli produk baik itu baik maupun kurang baik akan mengajak apakah konsumen akan membeli kembali. Maka dari itu, pemilik bisnis hendaknya memiliki kemampuan dalam memproduksi atau mengeluarkan produk dan jasa yang sesuai dengan permintaan, kebutuhan, serta selera pelanggan. Tidak dapat memenuhi

harapan Konsumen, sebaiknya perusahaan harus merespon dengan cepat dan tepat seperti melakukan pengembangan produk sesuai dengan keinginan Konsumen.

Terlepas dari kualitas produk, hal ini menjadi suatu keharusan yang menjadi perhatian perusahaan dalam bersaing khususnya di sektor makanan atau kuliner adalah kualitas dari pelayanan yang diberikan. Kualitas dari pelayanan yang diberikan menjadi sesuatu krusial dalam mempertahankan serta meningkatkan daya saing dengan pegiat lainnya (M. Rina & Sheli, 2018).

Sulaeman (2018) dalam (Nikie & Elfi, 2020) menjelaskan bahwasanya Kualitas pelayanan merupakan yang terpenting dari apa yang bisa diberikan perusahaan dari bidang jasa agar dinilai memberikan layanan berkualitas dan memiliki tujuan untuk memberi kepuasan dengan memberi penawaran serta layanan yang memenuhi keinginan konsumen.

Dikutip dari Meithiana (2019), Tjiptono (2011) juga membahas tentang Kualitas pelayanan yang dijelaskan dengan suatu keadaan yang terus menerus berubah dan saling berkaitan dengan adanya ketersediaan produk, jasa, SDM, proses, dan lingkungan yang paling tidak mampu untuk memenuhi atau diharapkan dapat melampaui kepuasan minimum konsumen.

Memberikan pelayanan yang berkualitas itu berarti menyesuaikan ekspektasi dengan sesuatu yang telah diperbaiki. Pelayanan yang baik dapat menghasilkan efek puas kepada konsumen. Maka, perusahaan diharapkan bisa memberikan kepuasan kepada Konsumen, seperti kualitas produk dan layanan yang diharapkan (M. Rina & Sheli, 2018).

Restoran Sorai Steamboat & Grill ini merupakan salah satu restoran yang berdiri di tengah ramainya restoran di Bandung. Sorai ini menyediakan menu yang beragam yaitu Steamboat dan Yakiniku Grill. Steamboat adalah makanan yang diproses dengan direbus bersama kaldu yang didalamnya terdapat daging sapi, sayuran, bakso ikan,

sisis, stik keping, tahu, dan masih banyak lagi. Sedangkan Yakiniku Grill adalah daging sapi yang telah diiris dengan tipis yang diproses dengan cara melalui proses pemanggangan (Kusuma, 2020). Sorai ini dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan tempat yang bersih dan rapih membuat konsumen nyaman dan betah untuk makan dan berlama-lama di Sorai Steamboat & Grill Braga Citywalk Bandung.

Penulis membatasi penelitian ini sesuai dengan apa yang telah dibahas dengan mengambil permasalahan utama yang menjadi pembahasan yaitu Pengaruh Tingkat Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen Di Sorai Steamboat & Grill Braga Citywalk Bandung.

Penelitian dilakukan dengan maksud untuk mengetahui hubungan pada tingkat mutu atau kualitas produk dan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen yang ada di Sorai Steamboat & Grill Braga Citywalk Bandung dan untuk mengaitkan antara pengaruh kualitas atau mutu produk dengan pelayanan yang diberikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen di Sorai Steamboat & Grill Braga Citywalk Bandung.

METODE

Hal yang ingin dicapai dari dilakukannya penelitian atau eksperimen yaitu untuk menelaah hubungan antara tingkat kualitas produk dan pelayanan yang diberikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. Variabel bebas (dependen) pada penelitian ini adalah kualitas/mutu produk (X1) dengan indikator kinerja, fitur, reliabilitas, konformasi, daya tahan, service ability, estetika, dan persepsi. Variabel bebas (dependen) selanjutnya adalah pelayanan (X2) dengan indikator bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Variabel terikat dari penelitian adalah

tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen (Y) dengan indikator tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, konfirmasi harapan, minat untuk membeli ulang, dan kesediaan untuk merekomendasi. Objek atau unit analisis penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk di Sorai Steamboat & Grill. Ferdinand (2005, p.47) menyatakan bahwa batasan sampel yang sesuai adalah antara 100-200. Apabila sampel yang diambil terlalu besar, misalnya 400 responden, maka metode menjadi sangat sensitif yang nantinya akan sulit untuk mendapatkan *goodness-of-fit* yang baik. Maka dari itu direkomendasikan sampel minimum adalah sebanyak 5 (lima) hingga 10 (sepuluh) sampel untuk tiap *estimated parameter*, Pada Penelitian ini terdapat 20 *estimated parameter*, sehingga perhitungan perolehan sampelnya adalah, sebagai berikut:

Jumlah Sampel:

$$\begin{aligned} &= 5 \times n \\ &= 5 \times 20 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Maka dapat diperoleh sampel yang dapat di gunakan sebanyak 100 responden.

Teknik yang di gunakan yaitu *purposive sampling* dan pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk memperoleh data tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, Kualitas produk dan pelayanan yang kemudian variable dianalisis menggunakan analisis dekriptif dan regresi linear berganda. Data dianalisis menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Indikator	Nilai	Keterangan
X_11	0.852	Valid
X_12	0.598	Valid

X_13	0.82	Valid
X_14	0.672	Valid
X_15	0.767	Valid
X_16	0.765	Valid
X_17	0.544	Valid
X_18	0.657	Valid
X_21	0.669	Valid
X_22	0.623	Valid
X_23	0.662	Valid
X_24	0.684	Valid
X_25	0.729	Valid
X_26	0.73	Valid
Y_1	0.719	Valid
Y_2	0.741	Valid
Y_3	0.719	Valid
Y_4	0.583	Valid
Y_5	0.543	Valid

Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)

Hasil Uji validitas menunjukkan nilai > dari 0,05 maka dari itu variabel yang diteliti semuanya valid. Indikator-indikator dikatakan valid dan bisa digunakan untuk alat pengujian penelitian.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018), uji reliabilitas merupakan cara untuk mengukur suatu pengisian kuesioner yang berisi indikator dari variabel-variabel penelitian. Sebuah kuesioner digolongkan *reliable* atau handal jika hasil dari responden terhadap pertanyaan yang konsisten (tetap) dari masa ke masa.

Butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan *valid* dalam uji validasi ditentukan reliabilitasnya dengan syarat-syarat menurut Ghazali (2018) sebagai berikut:

1. Jika $r_{\alpha} \geq r_{tabel}$, maka kuesioner *reliable*
2. Jika $r_{\alpha} < r_{tabel}$, maka kuesioner tidak *reliable*

Tabel 3. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

0.94	3
------	---

Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)

Tabel 3 setiap pernyataan instrumen kuesioner memiliki reliable sangat baik karena nilai cronbach's Alpha sebesar 0,94 lebih besar dari 0,80

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Coefficients

Model	Unstandardized coefficients		standardized coefficients beta
	B	std.error	
1 (constant)	2.608	1.031	
x1 (Kualitas Produk)	0.37	0.071	0.598
x2 (Pelayanan)	0.251	0.094	0.309

Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)

Tabel ini memberikan informasi bahwa persamaan regresi dan ada tidaknya pengaruh variabel kualitas atau mutu produk dan pelayanan yang diberikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. Adapun Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah $Y = 2,608 + 0,37 x1 + 0,251 x2$

Disini dijelaskan bahwa setiap upaya-upaya yang dilakukan oleh kualitas produk dan pelayanan sebesar 0,37 dan 0,251 akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen sebesar 2,608 satuan.

Uji F

Tabel 5. ANOVA

		Sum of Squares	df	f	sig
Mode 1	Regression	698.907	2	183.74	.000
1	Residual	184.483	97		
	Total	883.39	99		

Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)

Terdapat dua cara yang digunakan untuk acuan atau pedoman pada uji-F, hal yang dilakukan adalah mengomparasi nilai (Sig)

atau nilai probabilitas hasil dari output Anova, kemudian dilanjutkan dengan mengomparasi nilai F hitung dengan nilai F tabel.

Melihat cara tersebut dapat disimpulkan bahwa Jika nilai sig < 0,05 , maka hipotesis diterima. Artinya, kualitas atau mutu produk dan pelayanan yang diberikan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. Nilai sig = 0,00^b , oleh karena itu, maka dengan dasar pengambilan keputusan pada uji-F bisa disimpulkan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen.

Jika nilai sig > 0,05 , maka hipotesis ditolak. Artinya kualitas produk dan pelayanan tidak memberikan pengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. Output SPSS memberikan nilai Sig 0,00^b (p<0,05) , hipotesis dapat diterima, kualitas atau mutu produk dan pelayanan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen.

Uji Normalitas

Tabel 6. One-Sample Kolmogorov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Parameter normal	Rerata	22.19
	Standar deviasi	2.65700285
Perbedaan paling ekstrem	Mutlak	0.162
	Positif	0.151
	Negatif	-0.162
Tes statistik		0.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.062

Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)

Melalui test Komlogorov Smirnov diperoleh nilai 0.062. Nilai tersebut > 0,05 sehingga data terdistribusi normal.

Pada bagian ini, dijelaskan hasil penelitian dan pada saat yang sama diberikan pembahasan yang komprehensif. Hasil dapat disajikan dalam angka, grafik, tabel, dan lain-

lain yang membuat pembaca memahami dengan mudah. Pada bagian ini ditekankan nilai baru dari penelitian yang memuat inovasi, serta implikasinya. Pembahasan dapat dibuat dalam beberapa sub-bab.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Coefficients

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
1	(Constants)	
	x_1	0.161 6.203
	x_2	0.161 6.203

Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)

Dari hasil perhitungan pada tabel hasil uji multikolinearitas, variabel bebas eksperimen menunjukkan tidak terjadi adanya multikolinearitas.

Uji Kolerasi Produk Momen

Tabel 8. Correlations

		x1	x2	y
x1	Pearson Coreelation	1	0.916	0.881
	Sig (2-tailed)		0	0
	N	100	100	100
x2	Pearson Coreelation	0.916	1	0.856
	Sig (2-tailed)	0		0
	N	100	100	100
y	Pearson Coreelation	0.881	0.856	1
	Sig (2-tailed)	0	0	
	N	100	100	100

Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)

Hasil uji Korelasi Product Moment menunjukkan nilai X1 terhadap Y 0,881 dan nilai X2 terhadap Y 0,856. Terdapat hubungan antara kualitas atau mutu produk dan pelayanan yang diberikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen.

Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 9. Model summary

Model	R	R Square
1	0.889	0.791

Sumber: Data olah oleh penulis (2021)

Untuk mengukur tingkat keberpengaruhan kualitas atau mutu produk dan pelayanan yang diberikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, didapat dari kuadrat koefisien korelasi (R), yaitu 0,791. Arti dari hal ini adalah kualitas atau mutu dari produk dan pelayanan yang diberikan memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen yakni sebesar 79,1% sedangkan 20,9% dipengaruhi faktor diluar penelitian ini.

Dari hasil jawaban responden terhadap kualitas atau mutu produk dan pelayanan yang diberikan di Sorai Steamboat and Grill maka diperoleh nilai korelasi 0,791, dengan melihat nilai tersebut maka, kualitas produk dan pelayanan di Sorai Steamboat and Grill sudah baik. Hal ini terbukti sebagai salah satu faktor yang memberikan dampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen sebesar 79,1%. Sementara sisanya yaitu sebesar 20,9% dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang bukan bagian dari kualitas atau mutu produk dan pelayanan yang diberikan.

KESIMPULAN

Pengaruh Kualitas atau Mutu Produk dan Pelayanan yang diberikan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Sorai Steamboat memiliki pengaruh yang positif. Hubungan Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen memiliki hubungan yang searah, semakin baik kualitas produk dan pelayanan maka konsumen akan merasa lebih puas. Oleh karena itu, pemberian kualitas produk yang baik dan pelayanan yang

prima dapat menjadikan konsumen di Sorai Steamboat & Grill akan merasa puas telah berkunjung ke Sorai Steamboat & Grill.

DAFTAR PUSTAKA

- disbudpar.bandung.go.id. (2019). *Jenis Industri Kuliner*.
- Dwi, M. A. (2019). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Foodbar and Coffe Restaurant Jl. Aria Jipang No. 1-3 Bandung)*.
- Kusuma, pradana devi. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen (Studi Kasus Di Hayaku Steamboat And Yakiniku Sigura-gura Malang)*.
- Lusiani, W. F., Hermani, A., & Seno, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen Produk Fashion Kota Semarang. *Manajemen Bisnis*, 2(1), 1–6.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran Dan Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen*.
- Nikie, H., & Elfi, husda nur. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 34–43. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i3.29412>
- Rahman, A. (2019). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta*. 4(2), 1–8. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i4.8888>
- Rina, M., & Sheli, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkas Bitung. *The Asia Pacific Journal of Managemen*, 80(3), 391–397.
- Rina, S. (2017). *PENGARUH KUALITAS*

*PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
PELANGGAN ATAU KONSUMEN
GARDEN CAFE KOPERASI
MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI
YOGYAKARTA.*

Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen Produk Donat Madu. *Python Cookbook*, 706. <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>