

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS PRODUK DAN SUASANA RESTORAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PANCIOUS RESTORAN CWS

Resky Dwi Romadhon¹, Moch Munir Rachman.²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email: setilldevana@gmail.com¹, hnn_munir@yahoo.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana restoran terhadap kepuasan konsumen Pancious restoran Ciputra World Surabaya. Populasi penelitian yakni konsumen Pancious restoran Ciputra World Surabaya. Penentuan sampel menggunakan teknik accidental sampling sebanyak 147 konsumen. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Analisis menggunakan regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebagaimana ditunjukkan hasil analisis pada kualitas pelayanan sebesar 3,773 dengan nilai sig 0,00, kualitas produk sebesar 3,126 dengan nilai sig 0,002, dan suasana restoran sebesar 6,252 dengan nilai sig 0,00. Sedangkan hasil uji F (secara simultan) atas pengaruh antar variabel diperoleh sebesar 115,694 dengan nilai sig 0,00.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Suasana Restoran, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality, product quality and restaurant atmosphere on consumer satisfaction pancious Ciputra World Surabaya restaurant. This population is the consumer pancious Ciputra World Surabaya restaurant. The sample uses an accidental sampling technique of 147 respondents. Data collection uses observation, documentations, and questionnaires. The analysis uses multiple linear regression while the hypothesis test uses the t-test and F-test. The result of the study prove that service quality, product quality and restaurant atmosphere partially had a significant effect on consumer satisfaction as indicated of t-test analysis on service quality by 3,773 with sig value of 0,00, product quality of 3,126 with sig value of 0,002, and restaurant atmosphere of 6,252 with sig 0,00. While F-test result (simultaneously) on the influence between variables obtained by 115,694 with sig 0,00.

Keywords: Service quality, product quality, restaurant atmosphere, Consumer satisfaction.

PENDAHULUAN

Perubahan perilaku hidup masyarakat yang suka menghabiskan waktu di warung, resto dan cafe membuat banyak pengusaha membuka bisnis di bidang Food & Beverages (F&B). Pancious restoran ikut dalam persaingan bisnis di bidang Food & Beverages di wilayah Surabaya, yang terletak di dalam mall CWS lantai 3 unit 58. Selain menjadi bisnis yang menguntungkan, juga memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen di bidang Food & Beverages agar lebih mudah dan praktis. Semakin banyak bisnis di bidang kuliner, semakin ketat pula persaingan di dunia bisnis F&B, di tengah ketatnya persaingan bisnis membuat pengusaha harus memiliki strategi perencanaan yang tepat untuk menciptakan kepuasan konsumen, karena konsumen tidak merasa terpuaskan dengan pilihan berbagai restoran. Oleh sebab itu, Kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan Food & Beverages menjadi fokus peneliti. Kepuasan konsumen adalah faktor penting dalam pencapaian keuntungan jangka panjang perusahaan. Saat ini konsumen dihadapkan oleh banyaknya pilihan restoran untuk memenuhi kebutuhan Food & Beverages. Faktor harga dianggap dapat mempengaruhi kepuasan, namun ketika harga tersebut sebanding dengan apa yang didapatkan, maka harga tidak menjadi masalah. Sehingga terdapat faktor lain seperti kualitas dari pelayanan, kualitas dari produk serta suasana restoran yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen ingin mendapatkan suatu kemudahan, kecepatan, dan ketepatan dalam pelayanan sehingga tidak perlu lagi mengantri untuk memesan makanan, melakukan pembayaran serta tidak butuh waktu lama untuk memenuhi kebutuhannya, jika kebutuhan atau keinginan konsumen bersifat segera dipenuhi, maka

kualitas dari pelayanan tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih restoran. pelayanan yang berlebihan juga dapat dianggap mengurangi kenyamanan konsumen, sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan beralih ke restoran lain. Selain itu kelayakan produk Pancious restoran Ciputra World Surabaya yang ditawarkan dapat menjadi penentu konsumen dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum. Konsumen juga mempertimbangkan kelayakan, keamanan, rasa dan kualitas dari produk yang akan dikonsumsi, jika kualitas produk tidak terjamin maka konsumen akan kecewa namun sebaliknya jika produk yang ditawarkan terjamin kualitasnya maka konsumen akan merasa terpuaskan. Lebih lanjut, kualitas produk mencakup semua karakteristik keunggulan produk yang dapat mempengaruhi rasa kepuasan konsumen. Sehingga ketika konsumen tidak terpuaskan oleh kualitas dari produk tersebut, maka mereka akan memilih restoran lain. Pergeseran budaya saat ini menjadikan restoran tidak hanya sebagai tempat makan atau minum, namun bisa digunakan juga untuk berkumpul, meeting, dan acara lainnya, sehingga konsumen akan mencari tempat yang memiliki suasana tenang nyaman dan menarik. Namun saat restoran dalam kondisi ramai (rush hours) suasana restoran berubah menjadi ramai penuh dan sesak dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Sehingga mereka akan beralih ke restoran lain dengan suasana yang lebih kondusif. Maka ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi rasa kepuasan konsumen.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya ?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya ?
3. Apakah suasana restoran mempengaruhi kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya ?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan suasana restoran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya ?

Tujuan Penelitian

Mengkaji serta mengetahui pengaruh parsial dan simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana restoran terhadap kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

1. Sugianto dan Sugiharto (2013) menyatakan secara parsial service quality berpengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan.
2. Subakti, et al (2015) menyatakan service quality berpengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan.
3. Mayasari dan Saino (2015) menyatakan secara parsial restaurant atmosphere tidak adanya pengaruh signifikan atas kepuasan konsumen, kemudian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Utami dan Jatra (2015) menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan atas kepuasan konsumen.
5. Salsabilah dan Sunarti (2018) menyatakan secara parsial Food Quality, Dining Atmosphere memiliki pengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan.
6. Fiazisyah dan Purwidiani (2018) menyatakan tidak adanya pengaruh kualitas produk atas kepuasan konsumen, kemudian pengaruh signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen.

Landasan Teori

Pemasaran

Proses penciptaan, serta penyampaian produk terhadap konsumen yang bertujuan mendapatkan keuntungan (Priansa, 2017:14).

Kualitas pelayanan

Pengalaman konsumen yang diperoleh dari penilaiannya (Zeithaml dan Bitner dalam Priansa, 2017:51).

Parasuraman, dkk dalam Priansa (2017:56) menyebutkan lima dimensi yakni:

- a. Terbukti
- b. Kehandalan
- c. Ketanggapan
- d. Keterjaminan
- e. Emphati

Kualitas produk

Kotler dan Amstrong dalam Mayasari dan Saino (2015:4), gambaran dari efektifitas produk untuk memuaskan konsumen.

Hanaysha dalam Salsabilah dan Sunarti (2018:142) mengemukakan indikator yakni:

- (1) Presentation of food,
- (2) Taste,
- (3) Diversity of Choice,
- (4) Healty
- (5) Freshness,
- (6) Temperature.

Suasana restoran

Berman and evan dalam Salsabilah dan Sunarti (2018:143) suasana merupakan kombinasi fisik bertujuan menciptakan citra menarik.

Utami (2017:356) menyebutkan indikator suasana yakni:

- (1) Komunikasi Visual
- (2) Pencahayaan
- (3) Warna
- (4) Musik
- (5) Aroma

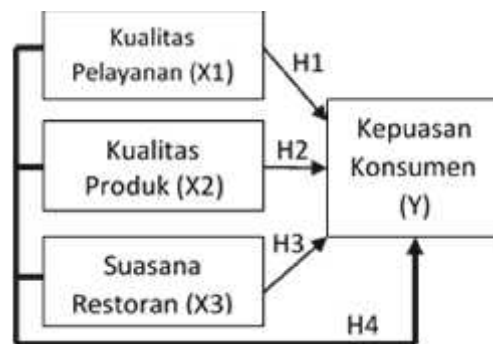
Kepuasan konsumen

Zeithaml dan Bitner dalam Priansa (2017:197) Kepuasan yaitu penilaian antara harapan terhadap kinerja.

Priansa (2017:210) menyatakan elemen yang menyangkut kepuasan konsumen, yakni :

- (1) Harapan
- (2) Kinerja
- (3) Perbandingan
- (4) Pengalaman
- (5) Konfirmasi dan diskonfirmasi

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

- : Pengaruh Simultan
→ : Pengaruh Parsial

Hipotesis

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pancious restoran Ciputra World Surabaya.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya.
3. Suasana restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pancious restoran Ciputra World Surabaya.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana restoran berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pancious restoran Ciputra World Surabaya.

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian yakni konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya, mengambil sampel sejumlah 147 responden, teknik aksidental sampling diambil berbetulan yang diyakini layak menjadi sumber data (Rachman, 2018:233).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik penghimpunan data menggunakan: (1) Kuesioner, (2) Observasi, (3) Dokumentasi.

ANALISIS

Uji Validitas

Uji validitas yakni menguji kemampuan instrumen sebagai alat ukur, nilai koefisien korelasi yang baik diatas 0,3 (Rachman, 2017:71).

Uji Reliabilitas

Yaitu konsistensi penilaian yang dilakukan orang yang sama namun berlainan waktu, ketentuan nilai koefisien reliabilitas diatas 0,6 (Rachman, 2017:76).

Regresi Linier Berganda

agar mengetahui pengaruh antar variables dapat menggunakan uji regresi. Berikut persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = kepuasan Konsumen
a = Konstanta

X ₁	= Kualitas Pelayanan
X ₂	= Kualitas Produk
X ₃	= Suasana Restoran
b ₁ ,b ₂ ,b ₃	= Koefisien Regresi
e	= eror

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

1. Validasi keseluruhan item pada kualitas pelayanan dengan nilai koefisien korelasi diatas 0,3. Kesimpulannya valid dan diikutsertakan pada analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.
2. Validasi keseluruhan item pada kualitas produk dengan nilai koefisien korelasi diatas 0,3. Kesimpulannya valid dan diikutsertakan pada analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.
3. Validasi keseluruhan item pada suasana restoran dengan nilai koefisien korelasi diatas 0,3. Kesimpulannya valid dan diikutsertakan pada analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.
4. Validasi keseluruhan item pada kepuasan konsumen dengan nilai koefisien korelasi diatas 0,3. Kesimpulannya valid dan diikutsertakan pada analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Uji reliabilitas

1. Reliabilitas dari 5 indikator pada kualitas pelayanan yang mempunyai nilai koefisien reliabilitas diatas 0,6. Kesimpulannya reliabel dan layak untuk dilanjutkan sebagai instrumen penelitian.
2. Reliabilitas dari 6 indikator pada kualitas produk yang mempunyai nilai koefisien reliabilitas diatas 0,6. Kesimpulannya reliabel dan layak untuk dilanjutkan sebagai instrumen penelitian.
3. Reliabilitas dari 5 indikator pada suasana restoran yang mempunyai nilai koefisien reliabilitas diatas 0,6. Kesimpulannya reliabel dan layak untuk dilanjutkan sebagai instrumen penelitian.
4. Reliabilitas dari 5 indikator pada kepuasan konsumen yang mempunyai nilai koefisien reliabilitas diatas 0,6. Kesimpulannya reliabel dan layak untuk dilanjutkan sebagai instrumen penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Uji Regresi Linier Berganda

variables	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. error
(constan)	-17,038	5,605
Kualitas pelayanan,	,254	,067
Kualitas Produk,	,280	,089
Suasana Restoran.	,607	,097

sumber: hasil pengolahan data primer, 2019

Diperoleh persamaan yang terbentuk yakni:

$$Y = -17,038 + 0,254X_1 + 0,280X_2 + 0,607X_3 + e$$

Berikut penjelasan lebih lanjut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar -17,038 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan (X₁), kualitas produk (X₂), dan suasana restoran (X₃) dianggap konstan, Kepuasan Konsumen mendapat penilaian sebesar -17,038. Berarti untuk mendapatkan tingginya kepuasan konsumen tanpa adanya ketiga variabel bebas yang mendukung maka estimasi Kepuasan konsumen belum ada indikasi perubahan berpengaruh meskipun hasil pengujian pada signifikansi di bawah 0.05.
- b. Nilai koefisien (b₁) sebesar 0,254 menyatakan penilaian konsumen atas Kualitas Pelayanan (X₁) bertambah satu point (persen) maka Kepuasan (Y) dapat bertambah 0,254 jika Kualitas Produk (X₂) dan Suasana Restoran (X₃) dianggap nol.

- c. Nilai koefisien (b2) sebesar 0,280 memberikan arti Kualitas Produk (X2) pada penilaian konsumen meningkat satu point (persen) maka Kepuasan (Y) dapat meningkat 0,280 jika Kualitas Pelayanan (X1) dan Suasana Restoran (X3) dianggap nol.
- d. Nilai (b3) sebesar 0,607 menyatakan bahwa Suasana Restoran (X3) pada penilaian konsumen meningkat sebesar satu point (persen) maka Kepuasan (Y) dapat meningkat 0,607 jika Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) dianggap nol.
- e. Nilai eror (e)

$$e = \sqrt{(1 - R^2_{s1})}$$

$$= \sqrt{(1 - 0.708)}$$

$$= \sqrt{0.292}$$

$$= 0,540$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa besaran eror (e) yaitu 0,540. Nilai 0,540 dinyatakan bahwa besarnya penyimpangan masih dapat diterima dalam batas tolerance karena penyimpang yang terjadi atas ketiga variable tersebut pengaruhnya pada kepuasan konsumen sebesar 0,460 (42%) sehingga penelitian ini hasilnya masih dapat diterima dan bisa dilanjutkan untuk penelitian berikutnya.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Tabel 2. Uji t

	t	Sig.
(Constant)	-3,040	.003
Kualitas Pelayanan,	3,773	.000
Kualitas Produk,	3,126	.002
Suasana Restoran.	6,252	.000

Sumber: hasil pengolahan data primer, 2019

Diketahui nilai tabel t pada 147 responden sebesar 1,977. Berikut penjelasan lebih lanjut:

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dibuktikan dari besarnya t-hitung 3,773 > t-tabel 1,977, signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya kualitas pelayanan ini mendukung terhadap kepuasan konsumen, dan hasil pengujiannya menyatakan menolak Ho dan menerima Ha
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dibuktikan dari besarnya t-hitung 3,126 > t-tabel 1,977, signifikansi 0,002 < 0,05. artinya Kualitas Produk ini mendukung terhadap Kepuasan Konsumen, dan hasil pengujiannya menyatakan menolak Ho dan menerima Ha.
3. Suasana Restoran (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dibuktikan dari besarnya t-hitung 6,252 > t-tabel 1,977, signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya Suasana Restoran ini mendukung terhadap Kepuasan konsumen, dan hasil pengujiannya menyatakan menolak Ho dan menerima Ha

Uji F

Tabel 3. Uji F

	F	Sig.
Regression	115,694	.000 ^b

Sumber: hasil pengolahan data primer, 2019

Data diatas menunjukkan Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Suasana Restoran (X3) yang diuji simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) ditunjukkan hasil signifikansi 0,000 < 0,05.

Sementara $F\text{-hitung } 115,694 > F\text{-tabel } 2,67$ (df 143). Jadi hasil pengujian yang menyatakan menolak H_0 dan menerima H_a .

PEMBAHASAN

1. **Hipotesis 1**
Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. berarti baiknya service yang diberikan pancious seperti bukti pelayanan secara langsung, pelayanan yang handal, pelayanan cepat tanggap, jaminan konsumen terpenuhi serta rasa empati yang tinggi dapat menimbulkan kepuasan konsumennya. Hasil studi ini mendukung hasil temuan Sugianto dan Sugiharto (2013), Subakti, dkk (2015), Utami dan Jatra (2015), Fiazisyah dan Purwidiani (2018).
2. **Hipotesis 2**
Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. berarti product ditawarkan baik, mulai dari tampilan produk, rasa, pilihan yang beragam, kesehatan terjamin, kesegaran bahan yang digunakan serta temperatur yang pas bisa meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Hasil studi ini mendukung hasil temuan Sugianto dan Sugiharto (2013), Mayasari dan Saino (2015), Salsabilah dan Sunarti (2018). Hasil studi ini juga menolak hasil temuan Fiazisyah dan Purwidiani (2018).
3. **Hipotesis 3**
Suasana Restoran berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya Suasana Restoran seperti komunikasi visual yang menarik, kondisi pencahayaan yang baik, pemilihan warna dekorasi yang menarik, alunan musik serta aroma yang membuat nyaman memicu rasa Kepuasan bagi Konsumen. Hasil studi ini mendukung hasil temuan Salsabilah dan Sunarti (2018), Mayasari dan Saino (2015).
4. **Hipotesis 4**
Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Restoran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya baiknya pelayanan, produk ditawarkan baik dan suasana restoran mendukung serta menarik, hal tersebut dapat diterima konsumen dan akan menimbulkan kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Bersumber pada hasil serta pembahasan, diperoleh kesimpulan yakni:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik pelayanan seperti pelayan handal, pelayanan tanggap, jaminan konsumen terpenuhi maka dapat menimbulkan rasa puas bagi konsumennya.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Makanan serta minuman yang ditawarkan berkualitas mulai dari tampilan produk, rasa, pilihan yang beragam, kesegaran bahan yang digunakan serta temperatur yang pas bisa meningkatkan rasa kepuasan bagi konsumen.
3. Suasana Restoran berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Adanya suasana yang nyaman saat berada di restoran akan menimbulkan rasa kepuasan konsumen.
4. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana Restoran berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Baiknya pelayanan, kualitasnya produk dan suasana yang nyaman dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen.

IMPLIKASI

1. Pancious Restoran Ciputra World Surabaya harus mempertahankan pelayanan dan produk yang sudah baik, serta tetap memperhatikan dan selalu menjaga suasana yang ada pada restoran dalam keadaan tenang nyaman dan kondusif, terutama saat keadaan ramai harus tetap menjaga suasana agar tetap nyaman agar konsumen senang berlama-lama di area Pancious, sehingga tercipta rasa Kepuasan Konsumen dan memunculkan rasa Loyalitas Konsumen untuk menjaga keberlanjutan usaha di masa mendatang.
2. Untuk meningkatkan rasa kepuasan bagi konsumen, diharapkan pihak manajemen Pancious Ciputra World Surabaya memperhatikan masukan yang diberikan konsumen. Pentingnya bagi Pancious

Ciputra World Surabaya dalam mengutamakan kualitas pelayanan, kualitas produk, serta memperhatikan suasana restoran agar memberikan rasa kepuasan dan mencapai tujuan perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada salah satu cabang Pancious Restoran di Surabaya yakni Pancious Restoran Ciputra World Surabaya. Terbatasnya Variabel yang dilibatkan. Sampel yang diambil hanya 147 konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya, selain itu juga adanya keterbatasan waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Fiazisyah, Annisa., & Niken Purwidiani. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran cepat saji KFC Basuki Rachmat Surabaya. E-journal Boga. Edisi Yudisium kedua. 7(2).178-187.
- Mayasari, Netty Lia., & Saino. 2015. Pengaruh Restaurant Atmosphere dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Dreams Cars Resto and Cafe Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). 3.(3). 1-10.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Perilaku Konsumen. Cetakan ke-1, ALFABETA. Bandung, ISBN:978-602-289-273-1.
- Rachman, Mohammad Munir. 2017. Aplikasi Komputer Statistik. Adi Buana University Press, Surabaya. ISBN:978-602-5793-23-3.
- Rachman, Mohammad Munir. 2018. Metodologi Penelitian. Adi Buana University Press, Surabaya. ISBN:978-979-8559-75-4.
- Salsabilah, Titah., & Sunarti. 2018. Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere, dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Shining Batu. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 54(1), 140-148
- Subakti, Agung gita., & Aditya Pratomo., & Maria Pia Adiati. 2015. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Rijsttafel Restoran Oasis, Jakarta). Jurnal Hospitality dan Pariwisata. 1. 19-42.
- Sugianto, Jimmy., & Sugiono Sugiharto. 2013. Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. Jurnal Manajemen pemasaran Petra. 1(2). 1-10.
- Utami, Christina Whidya. 2017. Manajemen Ritel. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta. ISBN:978-979-061-583-0.
- Utami, Ida Ayu Inten Surya., & I Made Jatra. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. E-jurnal Manajemen Unud. ISSN:2302-8912. 4.(7). 1984-2000.