

# Analisis Kualitas Pelayanan pada Cafe Zona Drink terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Geprek di Kota Ruteng

Hilarius Yosef Sikone<sup>1\*</sup>, Maryance Vivi Murnia Bana<sup>2</sup>, Gomera Bouk<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus, Ruteng-NTT

<sup>2</sup>Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus, Ruteng-NTT

<sup>3</sup>Program Studi Budidaya Ternak, Fakultas Logistik Militer, Universitas Pertahanan RI, Belu-NTT

Email: [yosefsikone@gmail.com](mailto:yosefsikone@gmail.com)

## Article Info

### Article history:

Received 01 Desember 2024

Received in revised form 28 Desember 2024

Accepted 16 Januari 2025

### DOI:

<https://doi.org/10.32938/ja.v10i1.8550>

### Keywords:

Pelayanan

Kepuasan Konsumen

Cafe Zona Drink

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen ayam geprek berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan para karyawan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli s/d Agustus 2024 di Cafe Zona Drink kota Ruteng-Manggarai. Metode yang digunakan adalah survey, dengan melakukan wawancara langsung terhadap konsumen yang datang ke lokasi penelitian menggunakan alat bantu kuisioner. Penentuan responden dilakukan dengan metode *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan secara acak pada responden yang datang berkunjung. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis uji regresi linear berganda untuk menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen/pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang berkunjung dan menikmati menu makanan di Cafe Zona Drink Ruteng didominasi oleh pengunjung dengan tingkat umur antara 26-32 tahun (40%), berpendidikan sarjana (S1) (48%), pekerjaan sebagai PNS/TNI/Polri (52%), dan memiliki tingkat pendapatan pada kisaran Rp 1.500.000,- hingga kurang dari Rp 2.000.000,- per bulan (45%). Dari lima variabel pengukuran kualitas pelayanan yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen/pelanggan adalah variabel bukti fisik, variabel keandalan dan variabel perhatian yang dominan memengaruhi kepuasan konsumen/pelanggan.

## 1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen kunci yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam industri makanan dan minuman. Dalam konteks kafe, dimana pengalaman konsumen dapat sangat bervariasi, penting bagi pengelola untuk memahami dan menganalisis faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kualitas layanan yang diberikan (Winatha *et al.*, 2018). Cafe Zona Drink, sebagai salah satu penyedia layanan ini, beroperasi dalam lingkungan yang sangat kompetitif, di mana banyak konsumen yang memiliki banyak pilihan. Oleh karena itu, analisis mengenai kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen menjadi sangat relevan.

Kepuasan konsumen/pelanggan adalah kondisi emosional, baik berupa rasa senang maupun kecewa, yang muncul dari hasil perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja atau produk yang dirasakan. Kualitas layanan merujuk pada tingkat keunggulan yang diharapkan serta kemampuan untuk mengelola keunggulan tersebut demi memenuhi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan konsumen/pelanggan ditentukan oleh selisih antara harapan dan kenyataan yang dirasakan. Jika kinerja lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, pelanggan akan merasa sangat puas. Harapan konsumen/pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari orang lain, serta janji atau informasi yang diberikan oleh pemasar dan pesaing. Pelanggan yang puas cenderung lebih loyal, kurang peka terhadap harga, dan memberikan ulasan positif tentang perusahaan (Hartono dan Utami, 2010; Yansah *et al.*, 2013).

Kualitas pelayanan dapat diukur melalui beberapa dimensi, seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Menurut penelitian oleh Parasuraman *et al.* (1988), dimensi-dimensi ini berkontribusi secara signifikan terhadap persepsi konsumen mengenai layanan yang diterima. Kehandalan mencakup kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten, sedangkan daya tanggap berkaitan dengan seberapa cepat dan sigap karyawan dalam memenuhi permintaan konsumen. Jaminan mencakup pengetahuan dan sikap profesional karyawan yang dapat meningkatkan rasa percaya konsumen, sementara empati berfokus pada perhatian dan pengertian terhadap kebutuhan individu konsumen (Kumar & Reinartz, 2016).

Dalam konteks Café Zona Drink, penting untuk menilai bagaimana masing-masing dimensi ini berdampak pada tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sendiri merupakan hasil dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum berkunjung dengan pengalaman aktual yang mereka terima (Kotler & Keller, 2016). Jika pengalaman tersebut memenuhi atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan kualitas pelayanan yang baik dapat menghasilkan kepuasan yang tinggi, yang berujung pada loyalitas konsumen (Homburg *et al.*, 2017).

Dalam era digital saat ini, pengaruh media sosial dan ulasan online sangat besar terhadap keputusan konsumen. Pengalaman positif maupun negatif dapat dengan cepat tersebar, memengaruhi reputasi bisnis (Malthouse *et al.*, 2013). Oleh karena itu, penting bagi Cafe Zona Drink untuk tidak hanya memberikan layanan berkualitas, tetapi juga merespons umpan balik dari konsumen dengan cepat dan efektif. Penelitian oleh Huang *et al.* (2017) menunjukkan bahwa interaksi yang baik dengan konsumen melalui platform digital dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas layanan.

Kepuasan konsumen yang tinggi tidak hanya mendorong kunjungan ulang, tetapi juga dapat menghasilkan promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Menurut penelitian Lee *et al.* (2019), konsumen yang puas cenderung merekomendasikan tempat yang mereka kunjungi kepada orang lain, yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung baru dan, pada gilirannya, meningkatkan pendapatan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam mengenai kualitas pelayanan di Cafe Zona Drink dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen ayam geprek. Ayam geprek sendiri merupakan menu andalan Cafe Zona Drink dengan tiga varian (ayam geprek original, ayam geprek sambal juragan dan ayam geprek sambal ijo) selain menu ayam goreng. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk peningkatan kualitas layanan, serta strategi untuk menjaga loyalitas konsumen dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat terutama industri café dengan menu makan utama ayam geprek di kota Ruteng.

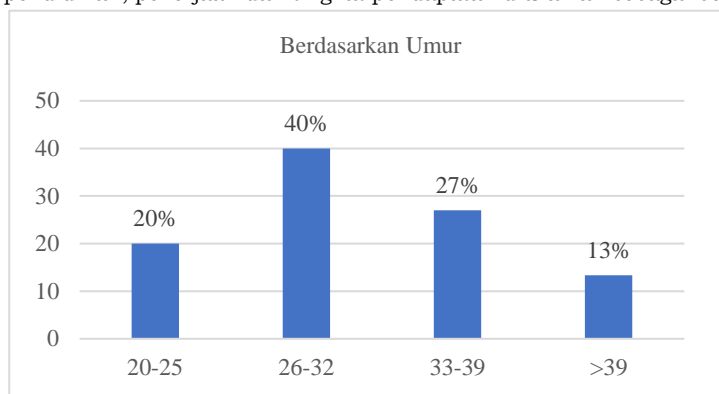
## 2. MATERI DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli s/d Agustus 2024 di Cafe Zona Drink, Jalan Adi Sucipto kota Ruteng-Manggarai. Metode yang digunakan adalah survey, dengan melakukan wawancara langsung terhadap konsumen ayam geprek yang datang ke lokasi penelitian menggunakan alat bantu kuisioner. Penentuan responden dilakukan dengan metode *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan secara acak pada responden yang datang berkunjung. Total responden/konsumen seluruhnya berjumlah 60 orang. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis uji regresi linear berganda untuk menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen/ pelanggan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

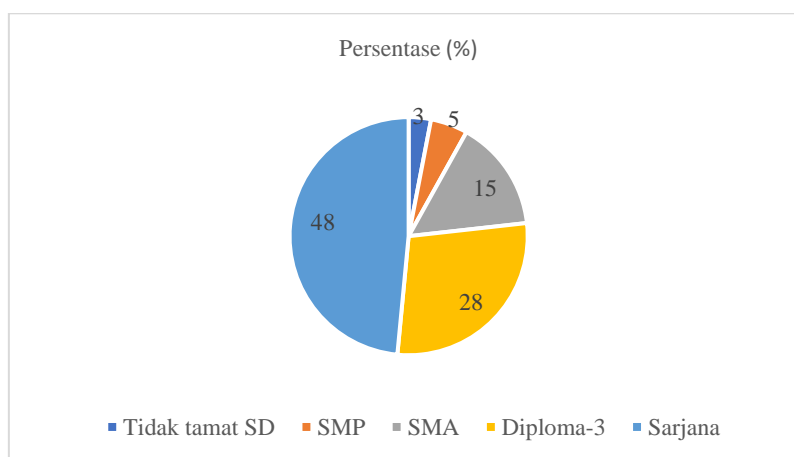
#### 3.1 Karakteristik Responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini berasal dari pengunjung/konsumen yang datang berkunjung dan menikmati hidangan menu makanan/minuman terkhusus menu makan ayam geprek di Cafe Zona Drink. Adapun rekapitulasi profil responden berdasarkan umur, tingkat pendidikan, pekerjaan dan tingkat pendapatan diuraikan sebagai berikut:



Gambar 1. Umur Responden

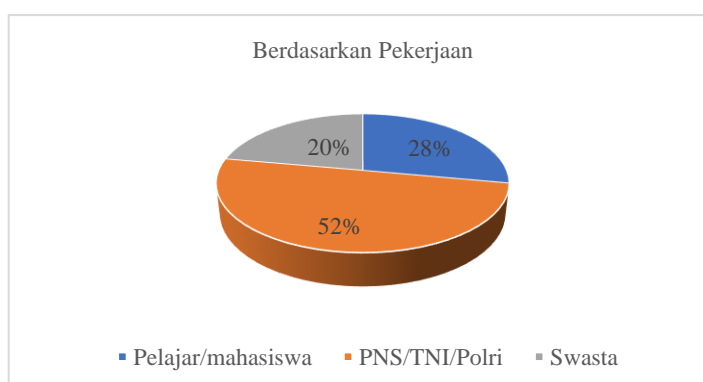
Umur responden pada [Gambar 1](#) menunjukkan bahwa konsumen yang berkunjung ke Cafe Zona Drink didominasi oleh pengunjung dengan tingkat umur antara 26-32 tahun yakni sebanyak 40%. Pada umur 26-32 tahun umumnya adalah umur yang telah bekerja dengan pendapatan rutin serta memiliki kebiasaan untuk berkumpul, berdiskusi/bermain dan jajan bersama teman-temannya sehingga memungkinkan untuk saling bertemu dan mengisi waktunya dengan berkunjung ke Cafe Zona Drink.



Gambar 2. Tingkat Pendidikan Responden

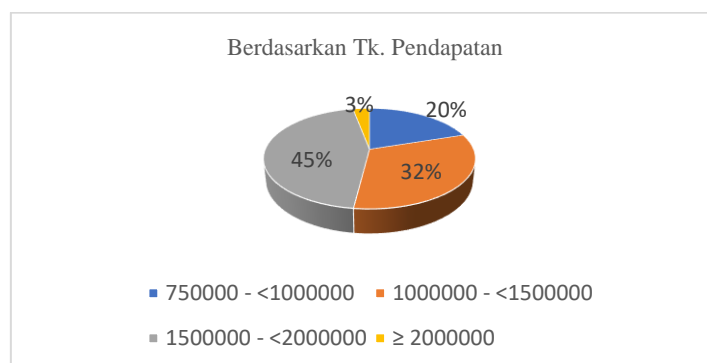
Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan pada [Gambar 2](#) menunjukkan bahwa 48% pengunjung Cafe Zona Drink berpendidikan sarjana (S1). Tingkat pendidikan seseorang sering dipakai untuk menentukan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki sehingga akan berdampak pula pada kemampuan mensintesa dan atau menganalisis terhadap suatu fenomena atau permasalahan seperti pelayanan. Sebaliknya, konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah mungkin cenderung lebih menerima layanan dengan ekspektasi yang tidak setinggi konsumen berpendidikan tinggi. Mereka mungkin menilai pelayanan berdasarkan pengalaman pribadi atau informasi yang terbatas, sehingga kepuasan mereka mungkin lebih dipengaruhi oleh interaksi dasar seperti keramahan atau aksesibilitas layanan, ketimbang evaluasi kritis pada aspek teknis pelayanan. [Kotler dan Keller \(2016\)](#) menyoroti bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin tinggi pula standar pelayanan yang diharapkan konsumen, yang pada gilirannya memengaruhi persepsi mereka terhadap kepuasan.

Pekerjaan responden pada [Gambar 3](#) menunjukkan bahwa lebih dari 50% pengunjung Cafe Zona Drink memiliki pekerjaan sebagai PNS/TNI/Polri. Pekerjaan konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap layanan. Jenis pekerjaan dapat membentuk ekspektasi, preferensi, serta standar yang berbeda terhadap kualitas pelayanan, karena profesi tertentu cenderung memiliki kebutuhan spesifik dalam interaksi layanan. Misalnya, konsumen yang bekerja di sektor profesional atau manajerial mungkin memiliki standar yang lebih tinggi terhadap kecepatan dan efisiensi pelayanan. Hal ini karena mereka sering memiliki keterbatasan waktu dan lebih memilih layanan yang responsif dan cepat untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa mengganggu jadwal yang padat.



Gambar 3. Pekerjaan Responden

Di sisi lain, konsumen yang bekerja di sektor dengan waktu kerja lebih fleksibel, seperti wiraswasta atau freelance, mungkin lebih menghargai aspek layanan yang berkaitan dengan kenyamanan dan keramahan daripada efisiensi semata. Variasi ekspektasi ini membuat jenis pekerjaan responden relevan dalam menentukan kepuasan terhadap pelayanan yang diterima. Faktor seperti waktu, urgensi, dan tingkat keterlibatan dengan teknologi dalam pekerjaan sehari-hari juga berperan dalam membentuk harapan dan kepuasan konsumen. Menurut Lovelock dan Wright (2002), pekerjaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku dan preferensi konsumen, khususnya dalam konteks layanan. Pekerjaan dapat memengaruhi tingkat kebutuhan, waktu luang, serta harapan terhadap pelayanan yang diterima. Selain itu, Kotler dan Armstrong (2018) juga menyatakan bahwa jenis pekerjaan dapat membentuk persepsi dan ekspektasi yang berbeda pada konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan mereka.



Gambar 4. Pendapatan Responden

Tingkat pendapatan responden pada Gambar 4 menunjukkan bahwa 45% pengunjung di Cafe Zona Drink memiliki tingkat pendapatan pada kisaran Rp 1.500.000,- hingga kurang dari Rp 2.000.000,-. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pendapatan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan. Konsumen dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas pelayanan, karena mereka umumnya terbiasa dengan layanan yang lebih premium dan memiliki daya beli yang memungkinkan mereka untuk menuntut kualitas lebih baik. Konsumen berpenghasilan tinggi biasanya mengutamakan aspek-aspek seperti eksklusivitas, kecepatan, dan keandalan dalam layanan, yang mencerminkan gaya hidup mereka. Ketika ekspektasi ini terpenuhi, tingkat kepuasan mereka akan tinggi, tetapi apabila tidak sesuai, mereka lebih mungkin merasa kecewa dibandingkan konsumen dengan pendapatan lebih rendah. Penelitian oleh Kotler dan Keller (2016) juga menggarisbawahi bahwa tingkat pendapatan berhubungan langsung dengan standar layanan yang diharapkan, dengan konsumen berpendapatan tinggi cenderung lebih selektif dalam mengevaluasi layanan.

### 3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dalam penelitian ini merujuk pada 5 (lima) standar/ kriteria kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*). Adapun hasil analisis statistik tentang kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen ayam geprek di Cafe Zona Drink seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Cafe Zona Drink.

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Beta		
1(Constant)	2,582		1,762	0,023
X1	0,213	0,242	3,716	0,000
X2	0,236	0,196	2,869	0,003
X3	0,182	0,178	2,808	0,029
X4	0,186	0,198	2,626	0,011
X5	0,402	0,314	3,562	0,002
R= 0,775				
R Square (R²)= 0,601				
N= 60				
Signifikan= 0,05				
F hitung = 32,851				
F tabel = 2,37				
T tabel = 2,00				

Hasil analisis pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai F hitung 32,851 lebih besar dari nilai F tabel 5% yang hanya sebesar 2,37. Hal ini mengisyaratkan bahwa kualitas pelayanan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen ayam geprek Cafe Zona Drink. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan sebesar 0,601 yang dapat diartikan bahwa jenis pelayanan berupa kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memberi kontribusi sebesar 60,1% terhadap tingkat kepuasan konsumen sedangkan sisanya 39,9% ditentukan oleh faktor lain di luar faktor yang diamati dalam analisis ini. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan apa yang telah diperoleh atau pengalaman atas apa yang telah dirasakan dengan harapan sebelumnya dari konsumen (Yansah et al., 2013).

#### a) Variabel Bukti fisik (X<sub>1</sub>)

Bukti fisik yang dimaksud meliputi penataan ruangan yang baik, kerapian, kebersihan ruangan, tata lampu, penggunaan peralatan makan/minum serta bentuk potongan dan cita rasa ayam geprek yang disajikan pada Cafe Zona Drink. Semakin baik dan lengkap fasilitas fisik yang dimiliki suatu usaha, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan.

Berdasarkan analisis regresi berganda, variabel bukti fisik (*tangible*) menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi ( $P < 0,01$ ). Hal ini terlihat dari mayoritas responden yang mengungkapkan kepuasan mereka terhadap kondisi fisik (bentuk potongan) terutama cita rasa menu ayam geprek di kafe Zona Drink. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Winatha et al., 2018), yang menyatakan bahwa bukti fisik berperan dalam meningkatkan kepuasan, kenyamanan dan kelancaran layanan kepada pelanggan. Baihaqi dan Aditia (2019) menyatakan bahwa layanan bentuk potongan daging (potongan komersial *blade* dan *topside*) memberi kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini sejalan dengan Ismanto et al., (2018) dan Sikone et al., (2024) bahwa selain tuntutan daging harus bertekstur kenyal, berwarna yang cerah faktor yang dianggap penting oleh sebagian konsumen adalah ukuran potong.

#### b) Variabel Keandalan (X<sub>2</sub>)

Keandalan merupakan salah satu bagian dari kualitas pelayanan berupa sikap dan gerak cepat karyawan Cafe Zona Drink Ruteng dalam memahami dan mengatasi permasalahan dan atau permintaan dari pelanggan. Semakin responsif dan andal pelayanan yang diberikan oleh karyawan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, variabel keandalan (*reliability*) terbukti memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi ( $P < 0,01$ ). Hal ini terlihat dari mayoritas responden yang menyatakan puas dengan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, dan jujur sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Fitriani dan Octora, 2021).

**c) Variabel Daya tanggap ( $X_3$ )**

Daya tanggap merupakan keinginan karyawan Cafe Zona Drink untuk membantu para pelanggan/konsumen berupa kecepatan dalam pelayanan dan kelancaran berkomunikasi. Hasil penelitian berdasarkan uji regresi berganda, variabel daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang signifikan ( $P < 0,05$ ) terhadap kepuasan konsumen/pelanggan (Tjiptono dan Fandy, 2008).

**d) Variabel Jaminan ( $X_4$ )**

Variabel jaminan yang dimaksud adalah pengetahuan, kemampuan, tatakrma dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan Cafe Zona Drink Ruteng dalam melayani konsumen/pelanggan. Semakin besar tingkat jaminan yang diberikan oleh karyawan, semakin tinggi pula kepuasan konsumen atau pelanggan. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi ( $P < 0,10$ ). Hal ini tercermin dari mayoritas responden yang mengungkapkan kepuasan mereka terhadap kemampuan karyawan dalam memberikan jaminan atas layanan yang diberikan. Kemampuan karyawan dalam mengaktualisasikan layanannya dalam sikap ramah dan jaminan cepat saji akan memberi tingkat kepuasan bagi konsumen (Repi et al., 2021). Lebih lanjut dijelaskan oleh Insan and Ramli (2019) bahwa selain kemampuan karyawan juga melekat dengan adanya kualitas produk yang bagus menurut konsumen, maka merek dari produk tersebut akan menimbulkan kesan positif dalam benak konsumen yang secara tidak langsung menyebabkan citra merek yang positif dari produk tersebut.

**e) Variabel Empati ( $X_5$ )**

Variabel perhatian/empati dalam penelitian ini lebih pada bagaimana karyawan Cafe Zona Drink memberikan perhatian atau kepeduliannya kepada pelanggan/ konsumen berupa kenyamanan, tanggung jawab keamanan serta mengutamakan kebutuhan pelanggan. Hasil uji regresi berganda menunjukkan variabel perhatian (*emphaty*) memiliki pengaruh yang sangat signifikan ( $P < 0,01$ ) terhadap kepuasan konsumen.

**4. KESIMPULAN**

Dari uraian pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen yang berkunjung dan menikmati menu makanan ayam geprek di Cafe Zona Drink Ruteng didominasi oleh pengunjung dengan tingkat umur antara 26-32 tahun (40%), berpendidikan sarjana (S1) (53%), pekerjaan sebagai PNS/TNI/Polri (52%), dan memiliki tingkat pendapatan pada kisaran Rp 1.500.000,- hingga kurang dari Rp 2.000.000,- per bulan (45%). Dari lima variabel pengukuran kualitas pelayanan yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen/pelanggan adalah variabel bukti fisik (kerapihan, kebersihan ruangan, tata lampu, penggunaan peralatan makan/minum serta bentuk potongan dan cita rasa), variabel keandalan dan variabel perhatian yang dominan memengaruhi kepuasan konsumen ayam geprek.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Baihaqi, M., & Aditia, E.I., 2020. Efisiensi dan Nilai Ekonomi Daging Sapi Untuk Potongan Pasar Tradisional Berdasarkan Potongan Komersial yang Berbeda. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*. 08(2): 86-90. <https://dx.doi.org/10.29244/jipthp.8.2.86-90>.
- Hartono, B., & Utami, H.D. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Produk Susu Pasteurisasi Kabupaten Kudus. *Buletin Peternakan*. 34(2): 123-130.
- Fitriani, N., & Octora, M. 2021. Perilaku Konsumen Rumah Makan Cepat Saji Studi Kasus di Rocket Chicken Cabang Diponegoro dan KFC Metos Palangka Raya. *Sosiologi*. 4(2): 96-102.
- Huang, T.L., & Rust, R.T. 2017. Customer Experience in Service: A Literature Review. *Journal of Service Research*. 20(4): 512-529.
- Homburg, C., Wieseke, J., & Hoyer, W.D. 2017. Customer Satisfaction in Business Markets: A Multi-Method Study. *Journal of Marketing Research*. 54(1): 5-19.
- Insan, I.A., & Ramli. 2019. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Cepat Saji Pada Kentucky Fried Chicken MTOS di Makassar. *Brand*. 1(2): 1-8.
- Ismanto, A., Julianda, T., & Mursidah. 2018. Analisis Sikap Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Karkas Ayam Pedaging Segar di Pasar Tradisional Kota Samarinda. *Ilmu Peternakan dan Veteriner Tropis*. 8(2): 71-82.
- Kotler, P. 2016. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, V., & Reinartz, W. 2016. *Creating Enduring Customer Value*. *Journal of Marketing*. 80(6): 36-68.
- Lee, J., & Back, K.J. 2019. The Impact of Customer Experience on Loyalty: The Role of Satisfaction and Trust. *International Journal of Hospitality Management*. 83: 165-175.
- Lovelock, C., & Wright, L. 2002. Principles of Service Marketing and Management. Pennsylvania State University: Prentice Hall.
- Malthouse, E.C., Haenlein, M., Skiera, B., & Weger, M. 2013. Managing Customer Relationships in the Digital Age. *Journal of Interactive Marketing*. 27(4): 270-276.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64(1): 12-40.
- Repi, M.M.P., Mangindaan, J.V., & Keles, D. 2021. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji di KFC Tomohon. *Productivity*. 2(2): 158-162.
- Sikone, H.Y., Nugraha, E.Y., & Bouk, G. 2024. Analisis Pilihan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Broiler di Kota Kefamenanu. *JAS*. 9(1): 37-43.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. ANDI: Yogyakarta.
- Winatha, A., & Kambolong, M. 2018. Perilaku Konsumen Rumah Makan Kampung Empang di Kota Kendari. *Business UHO*. 3(1): 1-15.
- Yansah, R.A., Hartono, B., & Hariyono, M. 2013. Analisis Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*. 23(1): 30-34.