

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ERA NEW NORMAL RESTORAN KOREA “KIMCHI-GO” DI SURABAYA

Adam Setyawan¹, Alifatul Mujahadah², Alifiah Farizky³, Bakhrul Huda⁴

¹Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, Indonesia

³Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email: 108040420088@student.uinsby.ac.id, 208040420095@student.uinsby.ac.id,
308040420096@student.uinsby.ac.id, bakhrulhuda@gmail.com

Abstrak

Salah satu budaya yang paling populer saat ini adalah budaya Korea. dari masakan hingga musik. Restoran bertema Korea telah dibuka oleh banyak pebisnis. Gaya hidup masyarakat telah berubah akibat globalisasi, terutama di kalangan anak muda. Cara hidup yang lebih condong ke cara makan orang Korea merupakan salah satu dampak dari globalisasi. Penelitian ini bermaksud mencari tau apakah kepuasan pelanggan pada restoran Korean Kimchi-go di Surabaya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Dalam pengolahan data jurnal ini menggunakan non probability sampling yang kita uji dengan aplikasi SPSS. Contoh cara peneliti menyebarkan data yang mereka kumpulkan adalah melalui penyebaran kuesioner online di berbagai platform media sosial. seperti halnya line, Instagram, whatsapp dan lain sebagainya. Untuk data yang diperoleh kami hanyalah diambil dari data kuisisioner saja dan masih memiliki keterbatasan. Hasil penelitian menunjukkan jika kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa selain erat kaitannya dengan menghasilkan keuntungan bagi bisnis, kualitas layanan yang tinggi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan lebih puas dengan perusahaan jika kualitas layanan lebih tinggi.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, new normal

Abstract

One of the most popular cultures today is Korean culture. from cooking to music. Korean themed restaurants have been opened by many business people. People's lifestyles have changed due to globalization, especially among young people. A way of life that is more inclined to the Korean way of eating is one of the impacts of globalization. This study intends to find out whether customer satisfaction at Korean Kimchi-go restaurants in Surabaya is influenced by service quality. In processing this journal data using non-probability sampling which we tested with the SPSS application. An example of how researchers disseminate the data they collect is through distributing online questionnaires on various social media platforms. such as line, Instagram, whatsapp and so on. The data we obtained were only taken from questionnaire data and still had limitations. The results showed that customer satisfaction was positively and significantly influenced by service quality. This shows that besides being closely related to generating profits for the business, high service quality also has a significant influence on customer satisfaction. Customers are more satisfied with the company if the service quality is higher.

Keywords: service quality, customer satisfaction, new normal

PENDAHULUAN

Globalisasi mempengaruhi proses pemasaran serta tumbuh kembangnya peluang dan risiko dalam dunia bisnis. Pelaku usaha harus lebih paham pengaruh peristiwa yang terjadi di dunia terhadap pasar domestik. Selain itu dibutuhkan strategi dalam menentukan peluang dan terobosan baru untuk mengatur strategi marketing. Telekomunikasi dan internet yang menjadi tulang punggung informasi dunia, akan banyak berpengaruh terhadap gaya hidup, kehidupan sosial budaya, kecenderungan ekonomi dan sistem politik. Gaya hidup pada era Globalisasi banyak sekali di jumpai pada saat ini, mulai dari cara berpakaian, pemilihan hiburan seperti jenis musik bahkan sampai pada makanan. Pada era gobalisasi saat ini, gaya pemilihan makanan berfokus pada budaya asing. Salah satunya yang sedang terjadi di Indonesia adalah kebiasaan baru pada pemilihan makanan Korea sebagai makanan yang banyak diminati kalangan muda saat ini.

Pada tahun 1945, Republik Rakyat Demokratik Korea (Korea Utara) dan Republik Korea (Korea Selatan) dibentuk di semenanjung Korea, yang terletak di Asia Timur antara Cina dan Jepang. Akibatnya, Korea Selatan menjadi negara-bangsa. komunis, sedangkan Korea Utara demokratis. Popularitas budaya musik Korea Selatan dikenal sebagai K-pop atau Hallyu Wave serta bahasa, teknologi, animasi, dan filmnya semuanya berkontribusi pada popularitas Korean Wave atau Hallyu Wave. Selain keenam keistimewaan tersebut, kepopuleran masakan khasnya juga sangat dijunjung tinggi oleh masyarakat modern.

Hidangan tradisional Korea didasarkan pada metode memasak tradisional Korea. Dari masakan kerajaan hingga masakan khas daerah dan perpaduan hidangan modern dan tradisional, masakan Korea berbeda dalam bahan yang digunakan dan metode persiapannya. banyak sekali masakan korea yang sudah populer di seluruh dunia. Berbeda dengan kuliner yang selama ini dinikmati oleh mayoritas masyarakat Korea, masakan Korea disajikan dengan cara yang berbeda. Nasi, mie, tahu, sayuran, dan daging merupakan mayoritas masakan Korea. Banchan, sejenis makanan tradisional Korea yang disajikan dengan nasi putih dan sup atau kaldu dikenal sebagai lauk. Ada banyak banchan setiap kali makan.

Bagi sebagian pengusaha, baik yang baru memulai maupun yang sudah lama menggeluti usaha tersebut, masakan Korea merupakan peluang bisnis yang menjanjikan. Kelompok masyarakat yang beragam memiliki permintaan yang tinggi terhadap perusahaan ini. Hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang, dan industri ini seakan tidak pernah berhenti berkembang secara konsisten. Restoran khas Korea di Indonesia sudah banyak tersebar, apalagi di wilayah perkotaan. Pasti banyak peminatnya. Semenjak Korean Wave menyebar ke seluruh penjuru negeri ini, banyak orang mulai dari remaja hingga dewasa bergegas mencoba makanan dari negara penghasil ginseng tersebut.

Perusahaan telah mencari cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sebagai akibat dari pertumbuhan pasar yang cepat, yang menyebabkan peningkatan keuntungan. Strategi pemasaran berbasis pelanggan adalah salah satu cara untuk membuat pelanggan datang kembali. Perusahaan yang melakukan investasi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan individu disebut sebagai pemasaran berbasis pelanggan. Selain mendapatkan pelanggan setia, strategi ini bertujuan untuk membangun keunggulan kompetitif jangka panjang. Bagaimana layanan diberikan mempengaruhi seberapa puas pelanggan. Tindakan seseorang atau organisasi untuk membuat pelanggan, rekan kerja, dan pemimpin senang dikenal sebagai layanan. Salah satu langkah yang diambil untuk memenuhi persyaratan orang lain adalah pelayanan yang berkualitas. Tujuan perusahaan dalam hal kualitas layanan adalah untuk membuat pembelian dan penjualan lebih mudah bagi pelanggan. Keputusan konsumen untuk kembali melakukan jual beli juga dipengaruhi oleh hal tersebut. Pelanggan lebih cenderung bertahan jika kualitas layanan yang mereka terima baik. Untuk menjadi sukses dalam bisnis, kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas utama. Pengusaha di industri kuliner harus memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat membuat pelanggan terkesan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dampak positif dan penambahan pelanggan baru dapat dihasilkan dari tercapainya kepuasan pelanggan. Pelanggan akan terus melakukan pembelian jika mereka senang. Pelanggan yang senang akan merekomendasikan tempat makan kepada teman dan keluarga.

Di awal tahun 2020, pandemi COVID-19, yang sejauh ini telah menjangkau lebih dari 200 negara., berdampak pada bisnis kafe dan restoran. Ketika pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar, semua kegiatan ekonomi terhambat dan terganggu, terutama di sektor Makanan dan Minuman (PSBB). Surabaya mengalami masa new normal setelah PSBB dibubarkan. Peraturan Walikota Surabaya Nomor 28 Tahun 2020 tentang Tatanan Kenormalan Baru Selama Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Kota Surabaya mewajibkan rumah makan yang beroperasi dengan normal baru untuk melaksanakan tindakan kesehatan (Perwali Kota Surabaya Tahun 2020). Omzet industri kafe dan restoran meningkat sejak Juli 2020. Ujian oleh Mandiri Institute.

Surabaya juga menjadi rumah bagi fenomena perkembangan bisnis kuliner. Surabaya berkembang dengan sendirinya sebagai kota multikultural, khususnya di industri kuliner yang melayani generasi milenial. Kafe, angkringan, dan restoran hanyalah beberapa contoh dari sekian banyak tempat kuliner yang bisa ditemukan di Kota Pahlawan. Makanan Korea adalah salah satu bisnis kuliner yang semakin populer di kalangan anak muda di Surabaya saat ini. Di kota ini, semakin banyak restoran dan kafe bertema Korea yang dibuka. Oleh karena itu, menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian pada industri restoran yang merupakan salah satu sektor dari industri makanan dan minuman. Salah satu jenis makanan di Surabaya adalah Kimchi-Go Tunjungan Plaza 4, sebuah restoran di Mall Tunjungan Plaza Surabaya yang telah dibuka sejak tahun 2017. Cabang Kimchi-Go Tunjungan Plaza berada di tempat yang bagus di salah satu mall terbesar dan tersibuk di Surabaya. Di Kimchi-Go Tunjungan Plaza, Anda bisa mencoba berbagai macam masakan tradisional Korea. Cemilan, ayam, dan hidangan daging olahan yang diolah sesuai resep asli Korea sang pemilik.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengajukan serangkaian pertanyaan kepada 100 responden tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan restoran Kimchi-go Surabaya pada era new normal, serta apakah responden senang dan berniat untuk kembali. Karena ada aturan kesehatan yang harus diikuti, responden mengatakan makan langsung di era new normal berbeda dengan makan langsung sebelum new normal. Namun, fakta bahwa restoran Korea yang mereka kunjungi mengikuti aturan kesehatan membuat sebagian besar responden merasa senang. Harapan responden terhadap kebersihan Selain itu, pelayanan restoran Korea di era new normal berjalan dengan baik, selain menyajikan makanan enak dengan porsi besar. Berdasarkan informasi yang disajikan di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah apakah kualitas makanan dan pelayanan restoran Korea “Kimchi-Go” di Surabaya pada Era New Normal berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

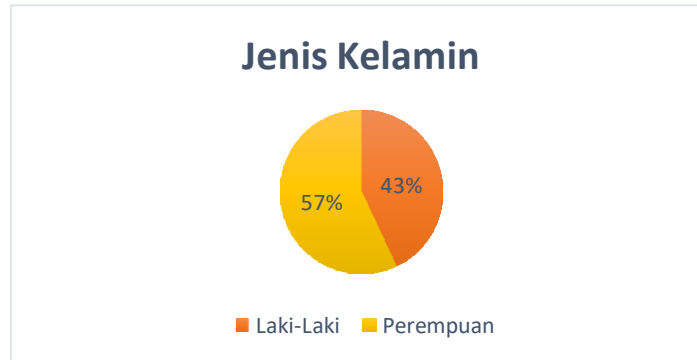
Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada restoran Korea “Kimchi-Go” di Surabaya pada era new normal menjadi fokus penelitian kausal ini. Peserta penelitian ini adalah pelanggan dari restoran Korea Surabaya "Kimchi-Go." Karena tidak mungkin untuk mengidentifikasi populasi yang diteliti, Sampling non-probabilitas adalah strategi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Seluruh warga Surabaya yang sebelumnya pernah makan dan minum di restoran "Kimchi-Go" saat new normal diikutsertakan dalam penelitian ini. Penggunaan Google Forms yang dikirimkan dalam bentuk link memudahkan pendataan secara online. Koneksi tersebut akan dibagikan melalui hiburan berbasis web, misalnya, line, WhatsApp, dan Instagram kepada responden yang bertemu dengan para model. Kuesioner yang diberikan memiliki dua bagian. Bagian pertama mengajukan pertanyaan umum tentang karakteristik orang yang menjawabnya untuk memastikan bahwa orang yang menjawabnya memenuhi kriteria penelitian. Pada skala dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), kedua pertanyaan tersebut menanyakan tentang kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan. Skala numerik merupakan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui status atau kondisi responden, yang memberikan informasi tambahan yang dapat digunakan untuk memahami hasil survei. Berikut adalah karakteristik responden survei ini :

a) Jenis Kelamin

Hasil data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar berikut:

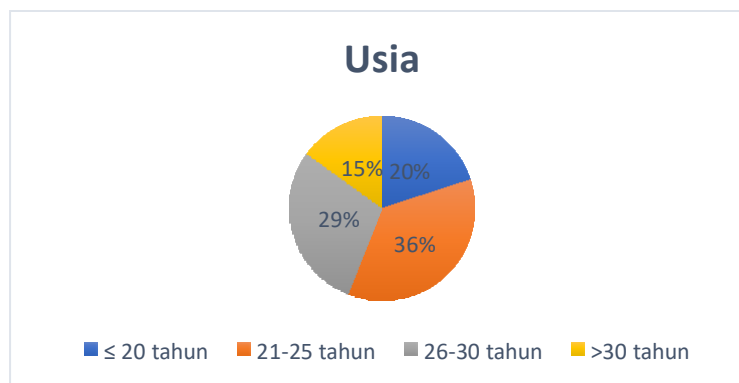


Gambar 1. Data Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan Gambar 1, 43 orang adalah laki-laki atau 43%, dan 57 orang perempuan atau 57%. Menurut data yang disajikan di atas, responden survei kimchiGo Tunjungan Plaza mengidentifikasi diri mereka sebagai pelanggan wanita yang sangat banyak.

b) Usia

Hasil data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar berikut:

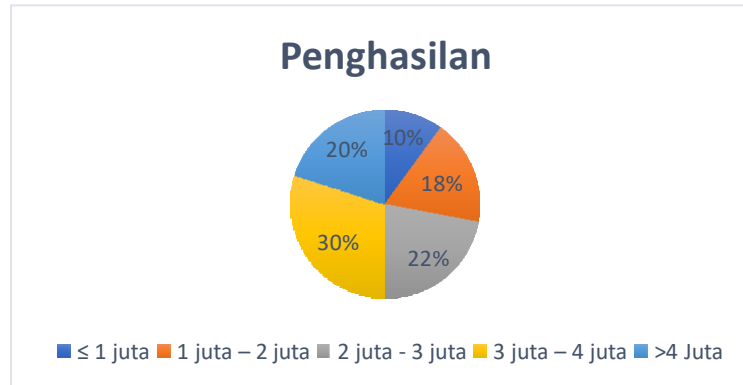


Gambar 2. Data Usia Responden

Menurut Gambar 2, 20 orang, atau 20 persen, berusia di bawah 20, 36, atau 36 persen, berusia antara 21 dan 25, 29, atau 29 persen, dan 15, atau 15 persen, berusia di atas usia 30 tahun. Dengan demikian, berdasarkan data sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas pelanggan kimchi-Go dari Tunjungan Plaza berusia antara 21 dan 25 tahun.

c) Penghasilan

Hasil data responden berdasarkan penghasilan dapat dilihat pada gambar berikut:

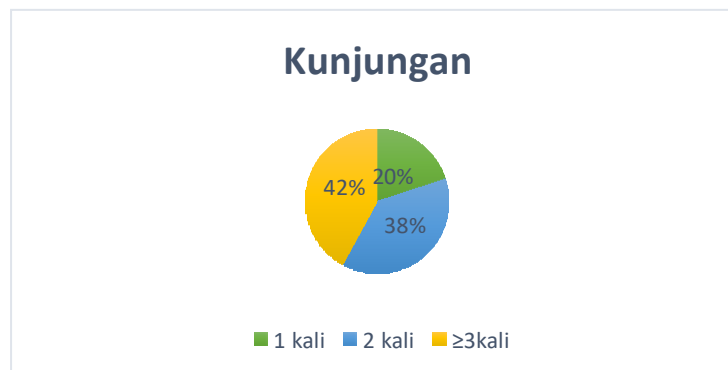


Gambar 3. Data penghasilan Responden

Gambar 3 menunjukkan bahwa orang dengan pendapatan kurang dari \$1 juta memiliki 10 orang, atau 18 persen, orang dengan pendapatan antara \$1 juta dan \$2 juta memiliki 22 orang, atau 22 persen, orang dengan pendapatan antara \$3 juta dan \$4 juta memiliki 30 orang, atau 30 persen, dan orang dengan pendapatan di atas \$4 juta memiliki 20 orang, atau 20 persen. Menurut data sebelumnya, pelanggan kimchi-go Tunjungan Plaza dengan pendapatan antara \$3 juta dan \$4 juta adalah yang paling banyak memberikan tanggapan.

d) Frekuensi Jumlah Kunjungan

Hasil data responden berdasarkan jumlah pengunjung dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. Data jumlah kunjungan Responden

Menurut gambar 4 menunjukkan bahwa konsumen yang berkunjung di restoran korea “Kimchi-Go” di Surabaya dengan jumlah kunjungan 1 kali adalah sebanyak 20 orang (20%), kemudian dengan jumlah kunjungan 2kali adalah sebanyak 38 orang (38%), dan jumlah kunjungan ≥ 3 kali sebanyak 42orang (42%). Dapat disimpulkan bahwa konsumen yang pernah berkunjung pada restoran korea “Kimchi-Go” di Surabaya pernah berkunjung lebih dari 3 kali.

Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Table 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Butir Nomer Pertanyaan	Validitas		Keterangan
			Rhitung	Rtabel	
1.	Kualitas Pelayanan	X1	0,725	0,279	Valid
		X2	0,687	0,279	Valid
		X3	0,684	0,279	Valid
		X4	0,822	0,279	Valid
		X5	0,584	0,279	Valid
2	Kepuasan Pelanggan	Y1	0,980	0,279	Valid
		Y2	0,934	0,279	Valid
		Y3	0,956	0,279	Valid

Sumber: Data Yang Diolah (Output SPSS 29) 2022

Tabel 1, menunjukkan bahwa semua pertanyaan memiliki kriteria valid untuk variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kepuasan Konsumen, berdasarkan kriteria bahwa Rhitung lebih besar dari Rtabel 0,279.

Uji Reliabilitas

Table 2. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,703	5

Sumber: Data Yang Diolah (Output SPSS 29) 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Service Quality memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0,703. Karena mereka memiliki nilai alfa Cronbach lebih besar dari 0,60, pernyataan dalam kuesioner ini dapat dipercaya.

Table 3. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.954	3

Sumber: Data Yang Diolah (Output SPSS 29) 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel Service Quality memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0,954. Karena mereka memiliki nilai alfa Cronbach lebih besar dari 0,60, pernyataan dalam kuesioner ini dapat dipercaya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis model dan pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil uji statistic menentukan diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Analisis Regresi Linear Berganda. Model ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap kepuasan Konsumen restoran korea “Kimchi-Go” surabaya (Y) baik secara serentak /simultan maupun secara individual/parsial. Hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 29.00 disajikan pada tabel berikut:

Table 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,967	2,396		3,325	,002
	X1	,018	,358	,009	,050	,961
	X2	-,961	,874	-,254	-1,100	,277
	X3	-,241	,410	-,098	-,587	,560
	X4	,932	,841	,254	1,108	,274
	X5	1,391	,330	,549	4,214	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Yang Diolah (Output SPSS 29) 2022

Berdasarkan temuan penelitian ini, pada era normal baru kepuasan pelanggan pada Korean restaurant “Kimchi-Go” di Surabaya secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas makanan. Oleh karena itu, kualitas makanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Indikator kualitas makanan

dengan skor loading factor tertinggi adalah "Restoran Korea Kimchi-Go di Surabaya menyajikan makanan segar." Berdasarkan temuan tersebut, restoran Korea menyiapkan makanan yang mereka sajikan dengan bahan-bahan segar. Ini memastikan bahwa tekstur, rasa, dan nilai gizi makanan tetap terjaga.

Berdasarkan temuan analisis statistik deskriptif, indikator "Restoran Korea Kimchi-Go di Surabaya menyajikan makanan dengan suhu yang tepat sesuai dengan jenis makanannya (sup=panas, salad=dingin)" memiliki nilai rata-rata tertinggi untuk kualitas makanan. Hal ini menunjukkan bahwa restoran Korean Kimchi-Go di Surabaya menyajikan makanan pada waktu yang tepat untuk menjaga suhu makanan. Pelanggan lebih cenderung puas dengan makanan yang mereka konsumsi ketika disajikan pada suhu yang ideal, yang juga menghasilkan makanan yang lebih beraroma. Ini memudahkan pelanggan untuk puas dengan makanan mereka di restoran Korea yang dipilih. Kualitas administrasi menunjukkan hasil yang secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen. Bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Indikator dengan loading factor tertinggi adalah "Karyawan restoran Korea Kimchi-Go di Surabaya sopan dalam melayani pelanggan". Melayani pelanggan dengan sopan membuat mereka merasa sangat dihargai, dan rasa penghargaan ini berujung pada kepuasan pelanggan terhadap pelayanan restoran Korea di Surabaya.

Berdasarkan analisis statistik deskriptif, indikator Rata-rata skor kualitas pelayanan restoran Korea Kimchi-Go di Surabaya melakukan pengecekan suhu tubuh pelanggan sebelum memasuki area restoran adalah yang tertinggi dalam kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa restoran Korea di Surabaya mematuhi peraturan kesehatan di era new normal, selalu melakukan pengecekan suhu pelanggan untuk memastikan keamanan mereka saat makan dan merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima.

Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi yang ditentukan dengan analisis statistik deskriptif Menurut "Restoran Kimchi-Go Korea di Surabaya memiliki desain interior yang menggambarkan budaya Korea", "Restoran Kimchi-Go Korea di Surabaya mampu menggambarkan budaya dan budaya Korea secara akurat." memiliki desain interior yang mirip, yang membuat pelanggan senang. Pelanggan khususnya pelanggan wanita dan pecinta budaya Korea tertarik dengan desain interiornya karena selain dapat menikmati masakan Korea juga membangkitkan rasa berada di Korea.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa di era normal baru saat ini, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap apakah mereka akan kembali ke restoran Korea di Surabaya atau tidak. Berdasarkan hasil indikator loading factor skor tertinggi diberikan pada pernyataan "Konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh restoran Korean Kimchi-Go di Surabaya yang sesuai dengan keinginan konsumen". Berdasarkan bukti tersebut, pelanggan di Surabaya yang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh restoran Korea cenderung akan kembali lagi. Nilai rata-rata tertinggi dari indikator. Kesimpulan tersebut didukung dengan pernyataan seperti "Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan restoran Korea di Surabaya sesuai dengan keinginan konsumen" dan "Konsumen mendapatkan pengalaman yang menyenangkan selama makan di restoran Korea di Surabaya". Mayoritas pelanggan restoran Korea di Surabaya memiliki pengalaman yang menyenangkan dan senang dengan pelayanan yang mereka terima, hal ini dapat dilihat bahwa tempat tersebut dapat memberikan pelayanan yang sangat baik dan memenuhi harapan pelanggan.

KESIMPULAN

Di Restoran Korea "Kimchi-Go" Surabaya di Era New Normal, temuan menunjukkan jika kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa selain erat kaitannya dengan menghasilkan keuntungan bagi bisnis, kualitas layanan yang tinggi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan lebih puas dengan perusahaan jika kualitas layanan lebih tinggi.

REFERENSI

EKO PATRI. “ENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JUST CAFEDI MAKASSAR.” UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR, 2021.

Firmansyah, Muhammad Anang. “Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan,” no. March (2019).

HENDRA TRI WICAKSONO, 01217005. “PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY DAN PRICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN KIMCHI-GO EXPREXX CABANG ROYAL PLAZA SURABAYA.” Diploma, Universitas Narotama, 2021. <https://doi.org/10/Lampiran.pdf>.

Ida Ayu Inten Surya Utami, and I Made Jatra. “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN BARUNA SANUR.” *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4, no. 7 (2015): 1984–2000.

Lesmana, Rosa. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. RADEKATAMA PIRANTI NUSA” 2, no. 2 (2017): 115–29.

Mulyono, Angela Virginia, Bryant Septiano, and Adriana Aprilia. “PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN REVISIT INTENTION DI RESTORAN KOREA DI SURABAYA PADA ERA NEW NORMAL.” *Jurnal Manajemen Perhotelan* 7, no. 1 (August 1, 2021): 20–31. <https://doi.org/10.9744/jmp.7.1.20-31>.

Prasetyo, Ari. “THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION.” *Management Analysis Journal* 1, no. 4 (2012).

Ramli S. “AKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. ASDP KABUPATEN MAMUJU.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2019): 90–111.

Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: McGraw Hill, 2009.