

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAZATTO CHICKEN & BURGER CABANG UMSU

Siti Zahra Devini¹; Yuli Arnida Pohan²

Universitas Potensi Utama

Jl. K.L. Yos Sudarso, Km. 6,5 No. 3-a, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

E-mail : kotaksuratuli23@gmail.com (Koresponding)

Abstract: This study aims to analyze the influence of service quality, product quality, and facilities on customer satisfaction at Lazatto Chicken & Burger UMSU branch, both partially and simultaneously. The research employed a quantitative approach with a sample of 100 respondents who were customers of the restaurant. Data were collected through questionnaires and analyzed using Multiple Linear Regression and descriptive statistics with the assistance of SPSS 23 software. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000, and product quality also has a positive and significant effect with a significance value of 0.009. Meanwhile, facilities do not have a positive or significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.138. Simultaneously, service quality, product quality, and facilities significantly influence customer satisfaction with a significance value of 0.000. These findings indicate that improving service and product quality should be prioritized in enhancing customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Facilities and Customer Satisfaction*

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat, seiring dengan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat dan perubahan pola konsumsi yang semakin modern. Masyarakat kini tidak hanya menuntut pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi juga menyesuaikan konsumsi mereka dengan gaya hidup yang praktis dan efisien. Salah satu bentuk nyata dari perubahan ini adalah meningkatnya minat terhadap industri makanan cepat saji (fast food), yang menawarkan kecepatan, kemudahan, dan cita rasa yang disukai berbagai kalangan. Dalam konteks ini, restoran cepat saji menjadi salah satu sektor yang paling kompetitif dan dinamis di Indonesia.

Industri makanan cepat saji berkembang pesat karena masyarakat modern mengutamakan efisiensi waktu dalam aktivitas sehari-hari. Restoran cepat saji kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Persaingan yang ketat antar merek, baik lokal maupun internasional, menuntut pelaku usaha untuk senantiasa berinovasi dalam mempertahankan pelanggan serta membangun loyalitas konsumen.

Kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat di sektor kuliner, termasuk bisnis makanan cepat saji. Di tengah banyaknya pilihan restoran seperti KFC, CFC, Texas Chicken, dan merek lokal seperti Lazatto, Hisana, dan Quality, setiap perusahaan dituntut memiliki strategi yang tepat untuk memenangkan hati pelanggan. Lazatto Chicken & Burger merupakan salah satu brand lokal yang berkembang cepat sejak didirikan tahun 2018 dan mulai membuka cabang di Medan pada tahun 2019. Dengan lebih dari 400 cabang di berbagai daerah, Lazatto menjadi pesaing potensial di industri ini. Namun, data penjualan cabang UMSU menunjukkan adanya penurunan pendapatan dari tahun ke tahun, yang menandakan perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek penting yang menentukan keberhasilan suatu bisnis jasa, termasuk restoran cepat saji. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi positif, serta membangun citra yang baik bagi

perusahaan. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak pada penurunan penjualan dan berpindahnya pelanggan ke pesaing. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas yang diberikan menjadi hal yang krusial dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

Selain faktor gaya hidup dan persaingan bisnis yang ketat, tingkat kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan apakah pelanggan akan kembali membeli produk yang sama atau beralih ke merek lain. Dalam konteks restoran cepat saji, pelayanan yang cepat, ramah, serta mampu memenuhi harapan konsumen menjadi indikator penting bagi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang buruk, seperti keterlambatan penyajian pesanan, sikap tidak ramah, atau kurangnya ketepatan dalam pemesanan, sering kali menjadi penyebab utama keluhan konsumen. Hal ini juga terjadi pada Lazatto Chicken & Burger cabang UMSU, di mana hasil pra-survei menunjukkan masih adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Selain pelayanan, kualitas produk juga menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi mampu memenuhi ekspektasi konsumen baik dari segi rasa, tampilan, kebersihan, maupun konsistensi. Berdasarkan hasil pra-survei, sebagian pelanggan Lazatto Chicken & Burger menyatakan ketidakpuasan terhadap makanan yang disajikan, seperti rasa yang tidak konsisten, tingkat kematangan ayam yang tidak merata, serta makanan yang disajikan dalam keadaan kurang hangat. Ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan ini berdampak langsung pada penilaian pelanggan terhadap kualitas restoran secara keseluruhan.

Fasilitas restoran juga merupakan aspek penting yang turut memengaruhi

tingkat kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Fasilitas fisik seperti kebersihan tempat makan, ketersediaan meja dan kursi, area parkir yang memadai, serta sarana pendukung seperti tempat sampah dan wastafel, menjadi bagian dari pengalaman pelanggan saat berkunjung ke restoran. Berdasarkan hasil pengamatan dan tanggapan konsumen, fasilitas di Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU dinilai masih kurang memadai, terutama dari segi kebersihan area makan dan keterbatasan ruang bagi pelanggan yang ingin makan di tempat.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa untuk dapat bertahan dalam persaingan industri makanan cepat saji, perusahaan perlu memperhatikan tiga aspek utama yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas yang ditawarkan. Ketiga faktor ini saling berkaitan dan bersama-sama membentuk persepsi pelanggan terhadap nilai dan kepuasan yang mereka peroleh. Apabila salah satu di antaranya tidak terpenuhi, maka kepuasan pelanggan akan menurun dan berdampak pada loyalitas mereka terhadap merek. Dalam konteks Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU, analisis mendalam terhadap ketiga faktor ini menjadi penting untuk memahami bagaimana kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan secara berkelanjutan.

Selain itu, hasil observasi dan ulasan pelanggan yang diperoleh melalui media daring seperti Google Maps menunjukkan adanya sejumlah keluhan yang konsisten terkait pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas di Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU. Keluhan tersebut meliputi pelayanan yang lambat, ketidaksesuaian pesanan, makanan yang kurang matang, serta kondisi area makan yang sempit dan kurang bersih. Ulasan negatif tersebut menjadi sinyal penting bagi pihak manajemen untuk melakukan evaluasi dan perbaikan menyeluruh. Dalam industri yang sangat bergantung pada pengalaman pelanggan seperti restoran cepat saji, umpan balik pelanggan menjadi indikator penting

dalam menilai sejauh mana layanan dan produk yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi konsumen.

Selain ulasan pelanggan, data penjualan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU selama tiga tahun terakhir menunjukkan tren penurunan yang cukup signifikan. Meski penurunan tersebut tidak bersifat drastis, namun hal ini menunjukkan adanya masalah dalam mempertahankan minat dan loyalitas pelanggan. Penurunan penjualan dapat disebabkan oleh berkurangnya kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek yang ditawarkan oleh restoran, baik dari sisi pelayanan, mutu produk, maupun fasilitas. Dengan memahami faktor-faktor penyebab ketidakpuasan tersebut, pihak manajemen diharapkan mampu merumuskan strategi pemasaran dan peningkatan layanan yang lebih efektif untuk mempertahankan keberlanjutan usaha.

Dari berbagai fenomena dan data yang ditemukan, terlihat adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang diberikan oleh pihak restoran. Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 pelanggan, lebih dari separuh responden menyatakan ketidakpuasan terhadap pelayanan, kualitas makanan, maupun fasilitas yang tersedia. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian yang lebih mendalam untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan di Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU. Dengan demikian, perusahaan dapat mengetahui aspek mana yang perlu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan secara optimal.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU. Penelitian ini berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Fasilitas

terhadap Kepuasan Pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU.”

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan fasilitas (X_3) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) pada Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, literatur, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 23 for Windows. Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji terlebih dahulu dengan uji asumsi klasik.

HASIL

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang terdiri dari pernyataan-pernyataan mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas, dan kepuasan pelanggan. Setelah seluruh data terkumpul, dilakukan pengolahan dan analisis menggunakan program SPSS versi 23 for Windows.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,195), sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ pada setiap variabel, yang berarti seluruh instrumen penelitian reliabel dan konsisten digunakan untuk pengukuran.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, dengan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$.

Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , yang berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Hasil uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa nilai signifikansi seluruh variabel $> 0,05$, sehingga tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengolahan data dengan uji regresi linear berganda menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 11.059 + 0,273 X_1 + 0,180 X_2 + 0.153 X_3 + E$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Fasilitas

Persamaan di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, setiap peningkatan pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

- 1 Variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 2 Variabel kualitas produk (X_2) memiliki nilai signifikansi $0,009 < 0,05$, artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 3 Variabel fasilitas (X_3) memiliki nilai signifikansi $0,138 > 0,05$, artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, secara parsial hanya variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk yang memberikan pengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 sebesar 0,244, yang berarti bahwa 22,4% variasi perubahan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas, sedangkan sisanya 77,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, promosi, dan citra merek.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan. Sementara secara simultan, ketiga variabel tersebut

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas menjadi faktor utama dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan, sedangkan fasilitas belum memberikan kontribusi yang berarti terhadap persepsi kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, serta kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan merupakan aspek penting yang menentukan kepuasan. Temuan ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan, karena pelayanan merupakan bentuk interaksi langsung antara perusahaan dengan konsumennya.

Pada konteks Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU, pelanggan memberikan perhatian besar terhadap bagaimana mereka dilayani oleh karyawan restoran. Pelayanan yang sopan, ramah, dan cepat akan menciptakan kesan positif serta meningkatkan kenyamanan pelanggan. Sebaliknya, keterlambatan pelayanan, kesalahan dalam pesanan, atau kurangnya perhatian terhadap pelanggan akan menurunkan tingkat kepuasan. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi dan etika pelayanan menjadi hal penting bagi manajemen dalam menjaga loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel kualitas produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Produk makanan yang lezat, higienis, dan konsisten dalam rasa serta penyajian menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan restoran cepat saji. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, keakuratan, dan kesesuaian dengan harapan konsumen.

Konsumen Lazatto Chicken & Burger menilai produk berdasarkan rasa, kesegaran, dan tampilan sajian. Ketika produk sesuai dengan harapan pelanggan, seperti ayam yang gurih, matang sempurna, dan disajikan hangat, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, jika produk yang diterima tidak konsisten dalam rasa atau penyajian, hal ini akan menurunkan tingkat kepuasan. Dengan demikian, menjaga konsistensi kualitas produk menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Berbeda dengan dua variabel sebelumnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar $0,138 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas restoran penting, namun pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU lebih memprioritaskan kualitas pelayanan dan produk dibandingkan dengan aspek fasilitas fisik. Temuan ini mengindikasikan bahwa kondisi fasilitas seperti kebersihan, kenyamanan, dan tata ruang belum menjadi

faktor utama dalam memengaruhi keputusan pelanggan untuk merasa puas.

Namun demikian, fasilitas tetap berperan sebagai faktor pendukung yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Sejalan dengan teori Lupiyoadi (2020), fasilitas yang bersih, nyaman, dan tertata dengan baik dapat memperkuat persepsi positif terhadap kualitas layanan. Oleh karena itu, meskipun hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, peningkatan aspek fasilitas tetap perlu dilakukan agar pelanggan memperoleh pengalaman yang lebih menyenangkan saat berkunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Fasilitas secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut secara kolektif berperan dalam membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap restoran. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,244 berarti bahwa 22,4% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya 77,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti harga, promosi, lokasi, dan citra merek.

Temuan ini mendukung pandangan Tjiptono (2022) bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari kombinasi berbagai faktor yang saling mendukung, seperti pelayanan yang baik, kualitas produk yang tinggi, dan fasilitas yang memadai. Kombinasi ketiganya mampu menciptakan pengalaman konsumsi yang positif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan membangun reputasi yang baik bagi perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan Lazatto Chicken & Burger dalam menciptakan kepuasan pelanggan bergantung terutama

pada dua faktor utama, yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk. Oleh karena itu, pihak manajemen disarankan untuk terus memperkuat standar pelayanan, memberikan pelatihan bagi karyawan, serta menjaga konsistensi mutu makanan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri makanan cepat saji.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU”, dapat disimpulkan bahwa:

- 1 Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran kepada pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga semakin meningkat. Pelayanan yang cepat, ramah, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen.
- 2 Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, produk yang memiliki cita rasa lezat, disajikan secara konsisten, serta memenuhi harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan mereka terhadap Lazatto Chicken & Burger Cabang UMSU.
- 3 Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas seperti kebersihan tempat makan, kenyamanan ruangan, dan ketersediaan sarana pendukung belum menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan di cabang ini.
- 4 Secara simultan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa kombinasi ketiga faktor

tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 22,4%, sementara sisanya sebesar 77,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti harga, promosi, dan citra merek.

DAFTAR RUJUKAN

- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Majid, N., Rahmawati, S., & Sari, D. (2021). Pengaruh gaya hidup terhadap minat konsumen pada restoran cepat saji. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 45–53.
- Mulyono, D., & Alwi, F. (2023). Fasilitas dan kepuasan konsumen di restoran cepat saji. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 88–96.
- Saharuddin, A., Pratama, R., & Yuliani, T. (2024). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada industri kuliner. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(1), 23–32.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.