

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE DEUMDEE RANGKASBITUNG**Rina Martiana* Sheli Apriani****

* STIE La Tansa Mashiro

** STIE La Tansa Mashiro

Article Info**Keywords:***product quality, service quality, customer satisfaction***Abstract**

Indonesian people today in fulfilling their food needs, they prefer to consume culinary snacks or fast food. One of today's rapidly growing businesses and experiencing the tight competition is the culinary business. This increasingly strong competition makes a lot of culinary field businesses that produce products of the same type but with a variety of services. The culinary industry is growing in Indonesia. From the Creative Economic Agency (BEKRAF) data, creative economic contributions to gross domestic product (GDP) are always increasing. The purpose of this research is to know the effect of product quality and service quality to customer satisfaction at Cafe Deumdee Rangkasbitung.

The research method used is descriptive method using a quantitative approach, i.e. to explain a problem based on the data in the form of figures (statistical data). The population used in this research are the consumers who pay a visit to Deumdee with a total of 17.993 Cafe visitors, using the formula error level slovin 10% then the samples obtained as many as 99 consumer. The technique of data collection is the observation, study of librarianship and the questionnaire. Data analysis technique used is multiple regression analysis, correlation analysis, multiple coefficient of determination, t-test and f-test.

Based on the research conducted, t test results obtained that the quality of the product (X 1), namely the significant level of significant extent $< (0.017 < 0.05)$. So starting in H_0 and H_a acquired significant value received and the quality of service (X 2), namely the significant level of significant extent $< (0.043 < 0.05)$. So starting in H_0 and H_a is received. That means there is the influence between product quality against consumer satisfaction at Cafe Deumdee and there are Influences between the quality of service of consumer satisfaction on a Cafe Deumdee. As well as the results of hypothesis testing the F value obtained significant i.e. 0.000 value smaller than 0.05 significant level. Or F-count is greater than the F-table $(0.27705 > 0, 309)$. Then it can be concluded that the quality of product and service quality to customer satisfaction simultaneously.

Corresponding Author:

rinamartiana30@gmail.com

sheliapriani19@gmail.com

Masyarakat Indonesia saat ini dalam memenuhi kebutuhan pangan, mereka lebih memilih mengkonsumsi jajanan kuliner atau makanan siap saji. Salah satu bisnis yang berkembang pesat saat ini serta merasakan ketatnya persaingan adalah bisnis kuliner. Persaingan yang semakin kuat ini membuat banyaknya bisnis dibidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi dengan pelayanan yang beraneka ragam. Industri kuliner kian berkembang di Indonesia. Dari data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), kontribusi ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto (PDB) selalu meningkat. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Deumdee Rangkasbitung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni menjelaskan suatu permasalahan berdasarkan data berupa angka (data statistik). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Cafe Deumdee dengan jumlah 17,993 pengunjung, dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat error 10% maka sampel yang diperoleh sebanyak 99 konsumen. Teknik pengumpulan data adalah studi kepustakaan dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis korelasi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil uji t bahwa Kualitas Produk (X_1) yaitu tingkat signifikan $<$ taraf signifikan ($0,017 < 0,05$). Sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima dan didapat nilai signifikan kualitas pelayanan (X_2) yaitu tingkat signifikan $<$ taraf signifikan ($0,043 < 0,05$). Sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima. Yang berarti terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Deumdee dan terdapat Pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee. Serta hasil pengujian hipotesis F didapat nilai signifikan yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05. Atau F-hitung lebih besar dari F-tabel ($0,27705 > 0,309$). Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan.

The Asia Pacific Journal of Management Studies
Volume 6 dan Nomor 2
Mei-Agustus 2019
ISSN 2407-6325
hh. 121-134

©2019 APJMS. All rights reserved.

Latar Belakang

Manusia pada umumnya mempunyai kebutuhan yang sama, tetapi karena budaya maka kebutuhan itu ikut berbeda. Untuk mencukupi kebutuhannya, manusia mencocokkan diri dengan prioritas yang tersedia. Kebutuhan manusia yang paling hakiki salah satunya adalah kebutuhan makanan dan minuman. Masyarakat Indonesia saat ini dalam memenuhi kebutuhan pangan, mereka lebih memilih mengkonsumsi jajanan kuliner atau makanan siap saji. Oleh sebab itu, perusahaan perlu membuat strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen seta dapat bertahan dalam kompetisi bisnis.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat saat ini serta merasakan ketatnya persaingan adalah bisnis kuliner. Persaingan yang semakin kuat ini membuat banyaknya bisnis dibidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi dengan pelayanan yang beraneka ragam.

Industri kuliner kian berkembang di Indonesia. Dari data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), kontribusi ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto (PDB) selalu meningkat, terlihat dari table dibawah ini:

Tabel 1.1
Perkembangan Industri Kuliner

No	Tahun	Produk Domestic Bruto
1	2014	Rp. 708,27
2	2015	Rp. 784,87
3	2016	Rp. 852,56
4	2017	Rp. 922,59

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf)

Dikutip dari Kontan.co.id Gabungan Perusahaan Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) memproyeksikan, tahun 2018, perusahaan makanan dan minuman tumbuh lebih dari 10% atau lebih tinggi dari tahun 2017 lalu.

Fenomena menjamurnya bisnis kuliner juga terjadi di kota Rangkasbitung. Terdapat beraneka ragam bisnis kuliner di Rangkasbitung seperti warung-warung dan angkringan, rumah makan dan cafe serta restoran. Salah satu bisnis kuliner yang saat ini sedang bersaing adalah bisnis Cafe.

Cafe yakni salah satu bisnis yang merasakan ketatnya persaingan saat ini. Cafe berasal dari kata perancis yang berarti minuman kopi. Namun seiring perkembangannya, Cafe bukan hanya sebuah warung yang menjual minuman kopi saja melainkan juga menjual berbagai macam olahan makanan dan minuman. Cafe yakni salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis karena melihat gaya hidup manusia sekarang yang cenderung lebih menyukai untuk makan dan minum di Cafe serta menjadi tempat kesukaan untuk berkumpul.

Semakin ragamnya Cafe yang disajikan dan semakin berkembangnya jumlah Cafe di Rangkasbitung hal ini menjadi daya tarik penulis untuk melakukan penelitian disalah satu Cafe yang berada di Rangkasbitung yaitu Cafe Deumdee.

Cafe Deumdee merupakan salah satu bisnis kuliner yang juga merasakan kuatnya persaingan. Dimana para pelaku usaha Cafe berlomba-lomba dalam menciptakan produk yang sama akan tetapi dengan cita rasa yang berbeda.

Cafe Deumdee menjadi salah satu Cafe yang banyak diminati oleh para konsumen karena Cafe Deumdee ini menyediakan atau menyajikan menu yang unik dan berbeda dari menu Cafe biasanya, seperti korean food, thai food and drink serta dilengkapi dengan free wifi serta tempat yang didesain dengan interior yang modern serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan sehingga membuat para konsumen semakin betah untuk berlama-lama berada di Cafe tersebut. Dengan sajian dan tempat yang berbeda membuat Cafe Deumdee ini semakin ramai untuk dikunjungi.

Para pelaku usaha Cafe dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk atau layanan yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis Cafe harus selalu melakukan perubahan atau inovasi serta memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa senang dengan produk dan layanan yang telah mereka konsumsi sehingga terjadinya kepuasan pada konsumen.

Kepuasan konsumen senantiasa menjadi satu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya dibidang kuliner. Saat ini banyak bisnis kuliner Cafe yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Mengharapkan kepuasan konsumen merupakan impian dari setiap perusahaan, karena dengan kepuasan konsumen yang tinggi maka dapat dikatakan bahwa produk yang diciptakan mampu menarik hati konsumen dalam menggunakan suatu produk. Menurut Ueltschy et al., dalam E-Jurnal Manajemen Unud (2015:1985) “Kepuasan konsumen adalah suatu perilaku dimana proses akhir yang diterima ketika sudah mendapatkan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan”.

Kepuasan konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan,

khususnya usaha dalam bidang kuliner Cafe. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan pada konsumen maka mereka lebih cenderung untuk membeli ulang produk atau layanan yang sudah mereka konsumsi.

Menurut Howard dan Sheth dalam Jurnal NeO-Bis (2013:3) “Kepuasan konsumen merupakan situasi kognitif konsumen yang merasa dihargai setara atau tidak setara dengan pengorbanan yang sudah mereka lakukan”. Bisa disimpulkan bahwa kepuasan konsumen memegang peranan yang penting. Apabila harapan konsumen tidak sesuai dengan yang diperoleh, maka akan timbul ketidakpuasan, berkurangnya kemungkinan untuk membeli kembali, berpindah pada produk pesaing, serta adanya komplain.

Faktor-faktor yang paling mendorong kepuasan konsumen ialah kualitas produk dan pelayanan. Diharapkan para pemilik atau pelaku usaha, khususnya dibidang kuliner Cafe, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi produk atau jasa di suatu perusahaan.

Hal pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yakni kualitas produk. Perusahaan yang ingin meraih keuntungan maka perusahaan harus mengadopsi konsep kualitas, karena kualitas mempunyai pengaruh yang besar terhadap konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Jurnal NeO-Bis (2013:3) “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsinya dan termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan dalam pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.

Selain kualitas produk, yang mesti diperhatikan oleh perusahaan dalam bersaing, terutama usaha dalam bidang kuliner adalah kualitas pelayanan. Kualitas

pelayanan menjadi suatu hal yang begitu penting dalam meningkatkan daya saing.

Menurut Tjiptono dalam Jurnal Manajemen Pemasaran (2013:2) “Kualitas pelayanan merupakan pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian guna mewujudkan harapan konsumen”.

Penyampaian kualitas pelayanan berarti penyelarasan ekspektasi kedalam sesuatu hal yang tetap. Pelayanan yang baik dapat memberikan efek kepuasan bagi konsumen. Maka perusahaan mesti mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen seperti kualitas produk dan pelayanan yang diharapkan.

Cafe Deumdee merupakan Cafe yang sudah banyak dikenal orang, serta terbilang sukses, namun kesuksesan Cafe Deumdee tidak berjalan mulus begitu saja masih ada beberapa masalah, salah satunya adalah kepuasan yang belum maksimal yang diberikan oleh Cafe Deumdee kepada konsumennya seperti dari pelayanan parkir, pelayanan terhadap konsumen, porsi makanan serta harga yang ditetapkan. Hal ini terbukti dari hasil survey pra penelitian yang peneliti lakukan di Cafe Deumdee.

Kajian Pustaka

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. (Kotler dan Keller 2009:138).

Sedang definisi lain menurut (Kotler dan Keller 2009:164) Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan pelanggan yang puas atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi konsumen.

Kepuasan Konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan, khususnya usaha dalam bidang kuliner. Dengan mempertahankan dan memberikan

kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang disampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan. (Daryanto dan Setyobudi, 2014:39-40).

Menurut Fandy, Tjiptono & Anastasia Diana (2015:16), Kepuasan konsumen merupakan konsep pokok dalam teori dan praktek pemasaran kontemporer. Dalam filosofi pemasaran, misalnya kepuasan pelanggan dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba.

Menurut Ismail dan Haron, 2006 (dalam Ni Made Arie Sulistyawati E-Jurnal Manajemen Unud 2015:2320), Kepuasan konsumen merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan konsumen tercapai maka akan timbul loyalitas dari konsumen, oleh karena itu kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan.. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri.

Pengertian Kualitas Produk

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2009:280).

Menurut Stanton (dalam Sunyoto, 2012:68), dalam arti sempit produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Sedangkan dalam arti luas, produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata yang didalamnya termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, merek, pelayanan, dan reputasi penjual.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. (Kotler dan Armstrong 2010:27).

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, artinya kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap produk atau jasa yang diikuti berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. (Wijaya, 2011:11).

Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan bisa memenuhi standar yang sudah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan konsumen tersebut. (Assauri, 2012:167).

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut American Society For Quality Control (dalam Kotler dan Keller, 2009:143) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat tetap.

Kualitas pelayanan merupakan unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-

ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. (Kotler, 2010:297).

Semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010:154) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas Pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. (Wijaya, 2011:152).

Rust, et al. (dalam Tjiptono, 2011:331) menyatakan bahwa harapan konsumen dapat berupa tiga macam tipe. Pertama, *wish expectation*, yaitu tingkat harapan yang sering dimaksudkan oleh konsumen ketika menilai kualitas pelayanan. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja dianggap sudah diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima lebih besar daripada apa yang akan diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif disebut dengan metode tradisional karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah-

kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka serta analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2017:7)

Populasi Dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono,(2017:80) adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian, apabila sebuah penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Cafe Deumdee.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Cafe Deumdee bulan Januari-maret berjumlah 1.720 orang.

Sampel adalah bagian dari populasi itu (Sugiyono 2012:389). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling incidental*, yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012:96). Maka ukuran Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini merupakan data primer

dan data sekunder. Penjelasannya adalah sebagai berikut;

1. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer menurut Carl Mc Daniel dan Rogers Gates (2009) adalah data survey, pengamatan, atau eksperimen yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah penyebaran kuesioner kepada responden.

2. Data sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder Carl Mc Daniel dan Rogers Gates (2009) adalah jenis data mencakup informasi yang telah dikumpulkan dan hanya mungkin relevan dengan permasalahan yang ada. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, jurnal, data dari internet dan skripsi maupun tesis penelitian sebelumnya.

Uji Instrumen

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis kuantitatif, merupakan metode untuk menguji teori – teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel - variabel ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka – angka dapat dianalisis.

Untuk mengetahui hasil akhir penelitian ini, maka penulis menggunakan metode deskriptif dimana penulis akan memaparkan dari jawaban berdasarkan kuantitatif, maka dapat dilakukan dengan menggunakan rumus dapat dihitung berdasarkan :

Uji Validitas Instrument

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, Imam Ghazali (2013;52).

Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur satu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau

konstruk, Imam Ghazali (2013:47). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2011: 130). Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Alfa Cronbach dilakukan untuk jenis data interval/essay.

Teknik Analisis Data

Uji Prasyarat Analisis Data

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dihitung dengan menggunakan uji Liliefors (SPSS versi 22). Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- Data hasil pengamatan diurutkan dari kecil ke besar dan tentukan frekuensi tiap-tiap data.
- Tentukan nilai Z dari tiap-tiap data.
- Tentukan besar peluang masing-masing data berdasarkan tabel Z dan sebut dengan $F(Z_i)$.
- Hitung frekuensi kumulatif masing-masing nilai Z dan sebut dengan S (Z_i).
- Hitung selisih antara $F(Z_i)$ dengan S (Z_i), kemudian tentukan harga mutlaknya.
- Ambil harga yang paling besar diantara harga-harga mutlak tersebut, dan sebut dengan L_o .
- Bandingkan dengan kritik L_o .

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Noor (2009: 139). Mengatakan bahwa Uji Heteroskedastisitas adalah “adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi”. Uji ini mempunyai tujuan untuk menguji apakah model regresi mengalami ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik yaitu yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *Crossection* memiliki situasi yang heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran baik kecil, sedang maupun besar.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model linier ada korelasi antar anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Penyimpangan asumsi ini biasanya muncul pada observasi yang menggunakan data time series. Konsekuensi dari adanya auto korelasi dari suatu model regresi adalah varians sampel tidak dapat menggambarkan varians populasinya. Lebih jauh lagi, model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menafsir nilai variabel tidak bebas tertentu.

Uji Multikolinieritas

Uji asumsi ini bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pedoman model regresi yang bebas multikol, yaitu:

1. Mempunyai angka tolerance mendekati angka 1
2. Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1

Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$ Imam Ghozali (2013).

Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hipotesis pertama yakni ada pengaruh X_1 terhadap Y dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hipotesis kedua ada pengaruh X_2 terhadap Y , hipotesis ketiga ada pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y menggunakan analisis regresi sederhana.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah koefisien r kuadrat (r^2) dapat diartikan sebagai besar nya proporsi variasi Y yang dapat dijelaskan oleh variabel X . Hal ini didasarkan pemahaman bahwa variasi Y atau perubahan dari nilai Y , seyogyanya dijelaskan oleh variabel X yang kita duga sebagai faktor prediktor. Apabila variasi Y dapat dijelaskan 100% oleh variabel X , berarti X memang memegang peran dalam perubahan nilai Y . Atau dapat dikatakan penentu nilai Y . Dapat diperhatikan bahwa bila besar $r = 1$, maka $r^2 = 100\%$. Ini berarti bila terjadi perubahan nilai X , maka nilai Y pasti akan berubah.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesisi dengan Menggunakan Uji t (Parsial)

Uji t dipakai melihat ada atau tidaknya pengaruh secara parsial variabel X terhadap variabel Y , dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria uji hipotesis sebagai berikut;

1. Merumuskan Hipotesis Statistik
 $H_0 : \rho \neq 0$ (berarti tidak ada pengaruh)
 $H_a : \rho \neq 0$ (berarti ada pengaruh)
2. Menentukan nilai α dengan melakukan uji dua pihak (*two tail test*) secara parsial
Dimana $\alpha = 0,05$ dengan melakukan jenis uji dua pihak (*two tail test*) asosiatif. Pengujian hipotesis yang pertama akan dilakukan dengan uji statistic t . uji t digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
3. Menentukan daerah keputusan

- 1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel } \alpha = 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel terikat.
- 2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel } \alpha = 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel terikat.

Uji Hipotesis dengan Menggunakan Uji F (Si multan)

Uji F dipakai untuk mengetahui pengaruh secara bersama variable bebas terhadap variabel terikat . Uji hipotesis pengaruh secara bersama menggunakan angka F. pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0.05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut;

- 1) Merumuskan Hipotesis
 1. $H_0 = \beta_1 = \beta_2 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
 2. $H_a = \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, berarti secara bersama-sama ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
3. Menentukan taraf signifikan
 1. Nilai sig 5%
 2. $Df_1 = k - 1$
 3. $Df_2 = n - k$
4. Menentukan daerah keputusan
 1. Jika $F\text{-hitung (sig)} < F\text{-tabel } \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya semua varaibel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
 2. Jika $F\text{-hitung (sig)} > F\text{-tabel } \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji t bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan taraf signifikan 5%. Hasil perhitungan statistic SPSS versi 20 menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji t

Model	T	Sig.
(Constant)	1.694	.094
X1	4.064	.000
X2	-2.042	.044

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang telah diolah SPSS V 20

Berdasarkan tabel di atas, di dapat nilai signifikan X1 yaitu 0,000 dan X2 0,044 yang berarti lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05. Maka dari itu dapat di simpulkan bahwa tingkat signifikan $X1 < \text{taraf signifikan } 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan signifikansi $X2 < 0,05$ ($0,044 < 0,05$) atau $t\text{-hitung } X1 > t\text{-tabel}$ ($4.064 > 1.9852$) dan $t\text{-hitung } X2 > t\text{-tabel}$ ($2.042 > 1.9852$) . Sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima. Jadi terdapat pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee, terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee dan terdapat Pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee.

Uji f

Uji F dipakai untuk mengetahui pengaruh secara bersama variable bebas terhadap variabel terikat. Uji hipotesis pengaruh secara bersama menggunakan angka F. pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil

perhitungan dengan taraf signifikan 0.05 (5%). Hasil perhitungan statistic SPSS versi 20 menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4Hasil Uji f

Model		F	Sig.
1	Regression	9.543	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber : Data primer yang telah diolah SPSS V 20

Berdasarkan tabel diatas di dapat nilai signifikan yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05. Atau F-hitung lebih besar dari F-tabel ($0,954 > 0,394$). Maka dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 berpengaruh Terhadap Y secara simultan.

Pembahasan

Kualitas Produk Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung

Kualitas produk yaitu keahlian suatu produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena kualitas produk bisa dinilai oleh konsumen atas kemampuan produk itu guna menciptakan kepuasan konsumen. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga hal ini akan menciptakan keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil tanggapan konsumen mengenai kualitas produk dapat disimpulkan bahwa dimensi seperti kinerja, fitur, reliabilitas, konformasi, daya tahan, serviceability, estetika, persepsi terhadap kualitas memberikan dampak yang positif terhadap kualitas produk. Hal ini terbukti dengan hasil jawaban kuesioner yang penulis sebarakan kepada 95 konsumen dari sebelas pernyataan dimana lima item pernyataan memiliki kriteria skor sangat kuat, sisanya tiga item pernyataan memiliki kriteria skor kuat dan tiga item pernyataan

memiliki kriteria skor rendah dan termasuk dalam kategori kuat.

Kualitas Pelayanan Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung

Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang ditawarkan suatu perusahaan baik, maka akan menimbulkan kepuasan konsumen. Begitu pula sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang ditawarkan Cafe Deumdee buruk dan tidak seperti yang diharapkan konsumen, maka akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen.

Kepuasan konsumen akan tercipta jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen atau justru melewati harapan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai atau berada dibawah harapan konsumen, Oleh sebab itu pelayanan bisa dikatakan tidak berkualitas serta mengecewakan.

Berdasarkan hasil tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa dimensi seperti bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati memberikan dampak positif terhadap kualitas pelayanan. Hal ini terbukti dengan hasil jawaban kuesioner yang penulis sebarakan kepada 95 konsumen dari sebelas pernyataan dimana enam item pernyataan memiliki kriteria skor sangat kuat, sisanya dua item pernyataan memiliki kriteria skor kuat dan dua item pernyataan memiliki skor sedang, sisanya hanya satu item pernyataan yang memiliki kriteria skor rendah dan termasuk dalam kategori kuat.

Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung

Kepuasan konsumen senantiasa menjadi satu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya bisnis Cafe. Saat ini banyak bisnis Cafe yang

semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Mengharapkan kepuasan konsumen merupakan impian dari setiap perusahaan, karena dengan kepuasan konsumen yang tinggi maka dapat dikatakan bahwa produk yang diciptakan mampu menarik hati konsumen dalam menggunakan suatu produk. Jika produk yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen tersebut akan merasa puas. Dengan tercapainya kepuasan konsumen maka akan mempertahankan konsumen.

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang penulis sebarakan kepada 95 konsumen, terlihat bahwa semua item pernyataan kepuasan konsumen memiliki kriteria skor kuat dan termasuk dalam kategori kuat.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan dari jawaban kuesioner yang penulis sebarakan sebanyak 95 konsumen, maka untuk variable Kualitas Produk (X1) termasuk kedalam katagori kuat, untuk variable Kualitas Pelayanan (X2) termasuk kedalam kategori kuat dan dengan hasil nilai Validitas dari hasil pengujian validitas lebih dari nilai r_{tabel} sebesar 0,199 dan nilai Reabilitas (X1) sebesar 0,490 lebih dari r_{tabel} 0,199 dan nilai Reabilitas (X2) sebesar 0,455 lebih r_{tabel} . Sementara Variabel ke;puasan konsumen (Y) berdasarkan jawaban dari kuesioner yang penulis sebarakan sebanyak 95 Konsumen, termasuk dalam kategori kuat. Dengan hasil nilai Validitas dari hasil pengujian validitas lebih dari nilai r_{tabel} 0,199 dan nilai reabilitas sebesar 0,753 lebih dari r_{tabel} 0,199. Dengan begitu sesuai hasil jawaban kuesioner yang penulis dapat dari 95 konsumen dapat disimpulkan bahwa ketiga variable dan beberapa butir pernyataan-pernyataan dalam kuesioner

dinyatakan Valid dan Realibel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian.

Sementara itu, melalui uji koefisien determinasi pada penelitian ini dibantu oleh program SPSS v 20 diperoleh hasil R squer sebesar 0,172. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 17,2% dan sisanya 82,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Pada pengujian ini berikutnya diperoleh nilai kolerasi *Sperman Rank* (X1) sebanyak 0,336 dan (X2) sebanyak 0,152. Hal ini interprestasi koefisien kolerasi (X1) rendah dan koefisien kolerasi (X2) sangat rendah dengan pedoman yang diberlakukan oleh para ahli bahwa interval koefisien yang didapatkan antara 0,00 – 0,199 dan 0,020 - 0,399 maka dikatakan hubungan koefisien kolerasinya **“Rendah”** dan **“Sangat rendah”** serta dari hasil pengujian hipotesis, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di dapat nilai signifikan yaitu $X1 < \text{taraf signifikan } 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan signifikansi $X2 < 0,05$ ($0,044 < 0,05$). Sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima. Jadi terdapat pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee, terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee dan terdapat Pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee. Serta dari hasil pengujian hipotesis F didapat nilai signifikan yaitu 0,000 lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05. Atau F-hitung lebih besar dari F-tabel ($0,954 > 0,394$). Maka dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 berpengaruh Terhadap Y secara simultan.

Melihat hasil yang diperoleh dari penelitian ini maka perusahaan harus dapat selalu memperhatikan tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebagai dasar yang harus dipenuhi sehingga perusahaan dapat

lebih meningkatkan penjualannya dan mendapatkan hasil yang memuaskan.

Kesimpulan

Berdasarkan proses penelitian dari tahap persiapan sampai pada analisa hasil pembahasan yang telah dikemukakan di atas, penulis menarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil tanggapan konsumen mengenai kualitas produk dapat disimpulkan bahwa dimensi seperti kinerja, fitur, reliabilitas, konformasi, daya tahan, serviceability, estetika, persepsi terhadap kualitas memberikan dampak yang positif terhadap kualitas produk. Hal ini terbukti dengan hasil jawaban kuesioner yang penulis sebarakan kepada 95 konsumen dari sebelas pernyataan dimana lima item pernyataan memiliki skor sangat kuat, tiga item pernyataan memiliki skor kuat, sisanya tiga item pernyataan memiliki skor rendah dan termasuk dalam kategori kuat.
2. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner mengenai kualitas pelayanan yang penulis sebarakan kepada 95 konsumen dari sebelas pernyataan dimana enam pernyataan memiliki skor sangat kuat, dua pernyataan memiliki skor kuat, dua pernyataan memiliki skor sedang, sisanya hanya satu pernyataan yang memiliki skor rendah dan termasuk dalam kategori kuat.
3. Berdasarkan jawaban dari kuesioner yang penulis sebarakan kepada 95 konsumen, maka untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada Cafe Deumdee Rangkasbitung termasuk dalam kategori kuat.
4. Berdasarkan nilai koefisien *kolerasi Sperman Rank* menunjukan bahwa hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen mempunyai hubungan yang rendah yaitu sebesar

0,336 dan hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen mempunyai hubungan yang sangat rendah yaitu sebesar 0,152. Dengan hasil nilai validitas dari hasil pengujian validitas lebih dari nilai r -tabel 0,199, dan nilai reabilitas (X1) sebesar 0,490 lebih dari r -tabel 0,199 dan nilai reabilitas (X2) sebesar 0,455 lebih dari r -tabel 0,199. Sementara itu, melalui uji koefisien determinasi pada penelitian ini dibantu oleh program spss v 20 diperoleh hasil r squer sebesar .0,172. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 17,2% dan sisanya 82,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Pada pengujian ini berikutnya diperoleh nilai kolerasi berganda sebanyak 0,336 untuk (X1) dan 0,152 untuk (X2). Hal ini interpretasi koefisien kolerasi rendah dan sangat rendah dengan pedoman yang diberlakukan oleh para ahli bahwa interval koefisien yang didapatkan antara 0,00 - -0,199 dan 0,020 – 0,399 maka dikatakan hubungan koefisien kolerasinya “**rendah**” dan “**sangat rendah**”. Dan dari hasil pengujian hipotesis, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen didapat nilai signifikan (X1) yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05. Maka dari itu dapat di simpulkan bahwa tingkat signifikan < taraf signifikan ($0,000 < 0,05$). Sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima dan didapat nilai signifikan (X2) yaitu 0,044 yang berarti lebih kecil dari nilai taraf signifikan 0,05. Maka dari itu dapat di simpulkan bahwa tingkat signifikan < taraf signifikan ($0,044 < 0,05$). Sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima. Yang berarti terdapat pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee Rangkasbitung dan terdapat

Pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee Rangkasbitung.

Daftar Pustaka

- Fandy, Tjiptono. Manajemen Pemasaran. Bayumedia, Malang. 2011
- Ghozali, imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program. Edisi.ketujuh, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013
- McDaniel, jr. Carl, dan Gates, Roger, Riset Pemasaran Kontemporer, Jakarta, Salemba Empat, 2011.
- Noor, Juliansyah. Metodologi Penelitian, Prenada Media Group, Jakarta NCSS, 1992, Curriculum Standards For Social Studies. 2011
- Santoso,Singgih. Panduan Lengkap SPSS Versi 20,Jakarta:PT. Elex Media Komputindo. 2012
- Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta. 2012
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta. 2017
- Felita Sasongko dan Hartono Subagio. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria: Jurnal Manajemen Pemasaran Petra
- Jessica Lauw dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square dan The Square Surabaya: Kunto Jurnal Manajemen Pemasaran
- Johanes Gerardo Runtunuwu, Sem Oroh dan Rita Taroreh. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado: Jurnal EMBA

- Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianya. E-Jurnal Manajemen Unud
- Shandy Widjoyo Putro dan Samuel, MS., Rizky Karina M.R. Brahmana. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran
- Haryanto Resty Avita. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado. Jurnal EMBA Vol. 1
- Lauw Jessica, Yohanes Sondang Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square dan The Square Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1
- Putro Shandy Widjoyo. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2
- Runtunuwu Johanes Gerardo, dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Jurnal EMBA Vol. 2
- Safrizal Achmad, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Food And Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 35

- Sembiring Inka Janita, dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada Mcdonald's Mt.Haryono Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15
- Tanuwijaya Melissa. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy. Jurnal Neo-Bis Vol. 7
- Utami Ida Ayu Inten Surya, I Made Jatra. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4
- Winarti, Setyorini. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Mahkota di Pangkalan Bun. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Antakusuma Vol. 3