

Hubungan Kualitas Makanan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan XX

¹Rizqa Nurul Latifah, ²Esti Dwi Rahmawati, ³Taufiq Nur Muftiyanto

^{1,2,3}Manajemen, Universitas Duta Bangsa Surakarta

1210414049@mhs.udb.ac.id, esti_rahmawati@udb.ac.id, taufiq_nurmuftiyanto@udb.ac.id

Abstract: *This study aims to determine the relationship between food quality and service and customer satisfaction at XX Restaurant. This study uses a quantitative research method. The population in this study were customers at XX Restaurant, and the sample size was 100 respondents using a purposive sampling technique. The variables used in this study were food quality and service, and customer satisfaction. The data used in this study were primary data. The data collection method used was a questionnaire. The analysis technique used was multiple linear regression analysis using SPSS 27, with instrument testing, classical assumption testing, t-tests, and f-tests. The results of this study indicate that food quality has a positive and significant relationship with customer satisfaction, and service quality has a positive and significant relationship with customer satisfaction.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Food Quality, Service,*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas makanan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan XX. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Rumah Makan XX dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas makanan dan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan alat SPSS 27, dengan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas makanan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Industri kuliner saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan konsumtif. Salah satu jenis usaha kuliner yang banyak diminati adalah rumah makan. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat, rumah makan dituntut untuk tidak hanya menyajikan makanan yang lezat tetapi juga memberikan pelayanan yang berkualitas guna menciptakan kepuasan pelanggan. Rumah Makan XX merupakan salah satu tempat makan favorit yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Namun, di tengah banyaknya pelanggan, terdapat beberapa keluhan mengenai rasa makanan yang tidak konsisten dan pelayanan yang lambat, yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Ananda, N., & Usman, O, 2019). Kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendorong keputusan pembelian ulang. Oleh karena itu, kualitas makanan dan kualitas pelayanan menjadi faktor krusial yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha kuliner (Binaraesa, N. N., Hidayat, I., & Lestariningsih, M, 2021).

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, dan desain. Dalam konteks makanan, kualitas meliputi rasa, kesegaran bahan, tampilan penyajian, dan kebersihan. Tjiptono (2020) menekankan bahwa kualitas makanan yang baik akan memberikan kepuasan emosional dan sensorik bagi pelanggan. Penelitian oleh Sari dan Yulianto (2022) menunjukkan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan cepat saji di Yogyakarta. Begitu pula dengan hasil penelitian Putra et al. (2023) yang menemukan bahwa rasa makanan dan konsistensi penyajian menjadi faktor utama yang mendorong kepuasan pelanggan pada restoran lokal di Surabaya.

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) adalah kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan (air, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M, 2019). Dimensi SERVQUAL seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Anjani dan Rahmawati (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran tradisional. Penelitian oleh Hendrawan dan Lestari (2020) juga menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat dan ramah mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan yang diterima. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Bagaimana Hubungan antara Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan XX? Bagaimana Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan XX?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berkunjung ke Rumah Makan XX. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria Menyukai kualitas makanan dari Rumah Makan XX dan berumur 17 tahun ke atas. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1–5. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas makanan (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan (Y). Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27, mencakup analisis deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linier berganda. Uji t dan Uji f untuk pengaruh simultan, dan koefisien determinasi (R²) untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah berkunjung ke Rumah Makan XX. Jawaban responden terhadap masing-masing variabel akan didasarkan pada nilai skor skala likert yang dikategorikan kedalam rentang skor berdasarkan perhitungan analisis deskriptif variabel berikut:

Tabel 1. Hasil Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Mean	r hitung	Sig	Cronbach's Alpha
Kualitas Makanan	X1.1	Cita rasa makanan konsisten setiap kali melakukan pembelian	3,78	0,639		0,826
	X1.2	Makanan yang dikonsumsi terasa bernutrisi dan mengandung protein yang cukup	3,49	0,715		
	X1.3	Tampilan makanan menarik dan menggugah selera saat disajikan	3,79	0,776	0,000	
	X1.4	Porsi makanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi atau harga yang dibayarkan	3,44	0,865		
	X1.5	Makanan disajikan dalam keadaan hangat saat diterima	3,33	0,844		
	X2.1	Desain interior dan kenyamanan	3,78	0,847		

Kualitas Pelayanan	X2.2	tempat makan mendukung kenyamanan pelanggan saat berkunjung Makanan dan minuman disajikan sesuai pesanan dengan akurat dan tepat waktu Karyawan cepat tanggap dalam membantu dan merespon kebutuhan pelanggan.	3,56	0,696		
	X2.3	Pelayanan yang diberikan membuat pelanggan merasa aman dan percaya Karyawan memberikan pelayanan dengan ramah, sopan, dan penuh perhatian.	3,73	0,842	0,000	0,842
	X2.4	Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan ini.	3,74	0,811		
	X2.5	Pelanggan merasa puas dengan produk yang pelanggan dapatkan dari rumah makan ini.	3,54	0,728		
	Y1	Pelanggan ingin merekomendasikan produk atau layanan ini kepada teman dan keluarga.	3,48	0,809		
Kepuasan Pelanggan	Y2	Produk yang dibeli memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.	3,79	0,669		
	Y3	Produk ini mampu memenuhi harapan pelanggan sejak awal membelinya.	3,83	0,633		
	Y4		3,52	0,865		0,835
	Y5		3,47	0,886		

Hasil analisis uji deskriptif, validitas, dan reliabilitas terhadap seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria kelayakan. Pada variabel kualitas makanan, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah tampilan makanan yang menarik dan menggugah selera saat disajikan (mean = 3,79), sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator penyajian makanan dalam keadaan hangat (mean = 3,33). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pelanggan menilai kualitas makanan cukup baik, meskipun aspek penyajian hangat masih perlu ditingkatkan. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dan signifikansi sebesar 0,000, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Sementara itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,826 yang berarti seluruh item dalam variabel kualitas makanan reliabel dan konsisten.

Pada variabel kualitas pelayanan, indikator dengan rata-rata tertinggi adalah kenyamanan tempat makan (mean = 3,78), diikuti oleh ketanggapan karyawan (mean = 3,73), dan rasa aman dalam menerima pelayanan (mean = 3,74). Adapun nilai terendah terdapat pada indikator keramahan karyawan (mean = 3,54), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sudah baik namun aspek interpersonal masih dapat ditingkatkan. Seluruh indikator pada variabel ini juga dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dengan signifikansi 0,000. Selain itu, reliabilitas instrumen juga tinggi dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,842, yang menunjukkan konsistensi internal instrumen yang baik.

Sementara itu, pada variabel kepuasan pelanggan, indikator yang paling tinggi adalah keinginan pelanggan untuk merekomendasikan rumah makan kepada orang lain (mean = 3,83), diikuti oleh kepuasan terhadap produk yang diperoleh (mean = 3,79). Nilai terendah terdapat pada indikator kepuasan terhadap pelayanan (mean = 3,48) dan kemampuan produk dalam memenuhi harapan sejak awal (mean = 3,47), yang mengindikasikan bahwa aspek pelayanan dan konsistensi mutu produk masih perlu perhatian lebih lanjut. Seluruh indikator pada variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dan signifikansi 0,000, sehingga valid. Adapun nilai reliabilitasnya sebesar 0,835, menunjukkan bahwa instrumen dalam variabel kepuasan pelanggan sangat reliabel dan dapat digunakan secara konsisten. Secara keseluruhan, ketiga variabel telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, serta menunjukkan tanggapan positif dari responden dalam hasil deskriptif, yang memperkuat keabsahan instrumen penelitian ini.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan model regresi yang akan digunakan sudah memenuhi syarat, dilakukan beberapa uji asumsi klasik:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk membuktikan bahwa data residual dari model regresi terdistribusi normal (Muftiyanto, 2024). Pengujian normalitas data dapat menggunakan uji *One-Sample* Kolmogorov-Smirnov Test dengan kriteria nilai sebagai berikut:

- Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka data berdistribusi normal
- Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,91976315
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,071
	Negative	-,099
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,018 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 25, 2025)

Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,18 > 0,05, yang berarti data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu mengukur apakah pada model regresi yang ditentukan terdapat korelasi antar variabel bebas (Muftiyanto, 2024). Model regresi yang baik adalah hasil dari uji multikolinieritas menunjukkan tidak terdapat korelasi di antara variabel bebas. Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Kriteria dalam uji multikolinieritas yaitu:

- Jika nilai toleransi > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian.
- Jika nilai toleransi < 0,10 dan VIF > 10, maka dapat disimpulkan terdapat multikolinieritas dalam penelitian.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Kualitas Makanan	0,206	4,848	Bebas Masalah Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,206	4,848	Bebas Masalah Multikolinieritas

(Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 25, 2025)

Uji Multikolinieritas menunjukkan nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,10 untuk kedua variabel independen (Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan), sehingga model dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Muftiyanto, 2024).

Pengujian dapat menggunakan metode Glejser. Pengambilan keputusan terkait dengan uji Glejser sebagai berikut:

- Jika probabilitas variabel bebas menghasilkan nilai < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika probabilitas variabel bebas menghasilkan nilai > 0,05, maka terjadi homoskedastisitas.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikan	Keterangan
Kualitas Makanan	0,017	Bebas Masalah Heteroskedastisitas
Pelayanan	0,224	Bebas Masalah Heteroskedastisitas

(Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 25, 2025)

Uji Heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi untuk semua variabel di atas 0,05, yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linear digunakan untuk memprediksi variabel terikat (Y) berdasarkan variabel bebas (X) lebih dari satu (Muftiyanto, 2024). Penelitian ini menggunakan uji regresi berganda untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Makanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan spesifikasi model sebagai berikut :

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

$$KP = -0,381 + 0,469 X_1 + 0,551 X_2 + e$$

Gambar 2. Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,381	,744		-,512	,610		
	X1	,469	,087	,428	5,372	,000	,206	4,848
	X2	,551	,082	,533	6,684	,000	,206	4,848

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 25, 2025)

- Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) sebanyak -0,381 artinya jika Kualitas Makanan (X1), Kualitas Pelayanan (X2) sama dengan nol maka tetap terjadi Penurunan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar -0,381.
- Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi parsial (b1) sebesar 0,469 artinya Kualitas Makanan memiliki hubungan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Apabila variabel Kualitas Makanan 1 satuan dapat menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,469 dengan asumsi X2 konstan.
- Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi parsial (b2) sebesar 0,551 artinya Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Apabila variabel Kualitas Pelayanan meningkat 1 satuan dapat menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,551 dengan asumsi X1 konstan.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa baik Kualitas Makanan maupun Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial. Hal ini dibuktikan melalui uji t di mana nilai signifikansi Kualitas Makanan sebesar 0,000 dan Kualitas Pelayanan sebesar 0,000, keduanya $< 0,05$. Selain itu, nilai t hitung $>$ t tabel (1,984

Hasil Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengukur pengaruh 57variable 57variable57nt secara 57ariabl-sama terhadap 57variable dependen (Muftiyanto, 2024). Kriteria dalam uji F sebagai berikut :

- Jika $\text{Sig F} < 0,05$ maka 57variable bebas secara 57ariabl-sama berpengaruh signifikan terhadap 57variable terikat.
- Jika $\text{Sig F} > 0,05$ maka 57variable bebas secara 57ariabl-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap 57variable terikat.

Gambar 1. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2507,326	2	1253,663	333,290	,000 ^b
	Residual	364,864	97	3,761		
	Total	2872,190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

(Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 25, 2025)

Hasil menunjukkan Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel teikat yang dinyatakan dalam bentuk persentase (Muftiyanto, 2024). Nilai koefisien determinasi berada diantara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Tujuannya dari pengujian ini adalah untuk melihat sejauh mana Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang akan terbentuk.

Gambar 2. Uji R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,934 ^a	,873	,870	1,939	2,245

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

(Sumber: Hasil olah data IBM SPSS versi 25, 2025)

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,870 menunjukkan bahwa 87% variabilitas Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh Kualitas Makanan dan Pelayanan, sedangkan sisanya 13% dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas makanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hal ini selaras dengan penelitian Sari dan Yulianto (2022) serta Putra et al. (2023) yang menyatakan bahwa cita rasa, konsistensi penyajian, serta kesegaran makanan berperan besar dalam memengaruhi pengalaman makan konsumen. Pada Rumah Makan XX, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator rasa makanan, tampilan, dan porsi sesuai ekspektasi memperoleh rata-rata skor yang tinggi dari responden. Ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas makanan yang disediakan. Namun, indikator penyajian makanan dalam keadaan hangat memperoleh nilai paling rendah, menunjukkan bahwa aspek ini masih perlu diperbaiki agar kepuasan pelanggan meningkat secara menyeluruh.

Sementara itu, kualitas pelayanan juga terbukti memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mendukung hasil penelitian Anjani dan Rahmawati (2021) serta Hendrawan dan Lestari (2020), yang menegaskan bahwa kecepatan tanggap, keramahan, dan kenyamanan tempat makan menjadi faktor utama dalam pelayanan yang memuaskan. Di Rumah Makan XX, indikator seperti keramahan karyawan, ketepatan penyajian, dan rasa aman dalam menerima layanan mendapatkan respons positif dari pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya memperhatikan rasa makanan, tetapi juga menghargai interaksi sosial dan kenyamanan yang diberikan oleh pelayan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa dalam industri rumah makan, kualitas makanan dan kualitas pelayanan harus dikelola secara seimbang untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada konteks rumah makan lokal yang belum banyak dikaji secara kuantitatif, serta penggunaan dua variabel utama secara simultan untuk mengukur pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan XX. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen, yaitu kualitas makanan dan kualitas pelayanan, memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan.

Kualitas makanan yang mencakup rasa, tampilan, dan penyajian yang konsisten terbukti

mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan kualitas pelayanan yang meliputi keramahan, ketepatan waktu penyajian, dan kenyamanan tempat makan, yang berperan penting dalam membentuk pengalaman makan yang positif.

Hasil penelitian ini memperkuat teori kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan terjadi ketika persepsi terhadap layanan dan produk sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa pengelola rumah makan perlu secara aktif menjaga kualitas makanan dan terus meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan lokasi yang hanya terbatas pada satu rumah makan serta waktu pengumpulan data yang singkat. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, atau loyalitas pelanggan, serta dilakukan di berbagai jenis rumah makan untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Abduh, R., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Dapur Indonesia Menteng). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 236-245. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2459>
- air, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019) When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31, 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Akbar, A., & Wadud, M. (2024). Pengaruh Kecepatan Dan Keandalan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kinerja Karyawan Dalam Menggunakan Jasa Keagenan Pada PT Bukit Prima Bahari. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5138–5154. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4974>
- Ananda, N., & Usman, O. (2019). The Influence Of Pricing, Facilities, Service Quality, and Promotion Of Tourism in The Interest Visits Ancol (DUFAN). SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3511258>
- Anjani, A., & Rahmawati, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Tradisional di Surakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 45–54.
- Binaraesa, N. N., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.61-68>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 65. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Hendrawan, A., & Lestari, M. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Lokal di Semarang. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 12–20.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Marchelline, R. I., Koeswiryono, D. P., Suadnyana, I. W., & Susanta, I. W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Makanan Terhadap Kepuasan Tamu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 3(4), 540–552. <https://doi.org/10.22334/paris.v3i4.676>
- Milo, M. (2021). PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG TAMAN KULINER KUMKUM. *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 39 - 49. doi:<http://dx.doi.org/10.22441/indikator.v3i2.6367>
- Muftiyanto, Dr.R.Taufiq Nur. *METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI*. *Surakarta Bossscript*, 2024.
- 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.
- Putra, A. R., Suryadi, B., & Kurniawan, T. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Lokal di Surabaya. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 11(1), 30–40.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti* Vol.10 No.19, 74. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>



- Saputra, S., & Cinthya, L. (2024). Analysis of the Impact of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty mediated by Customer Satisfaction on Bubble Tea Drink Brands in Batam. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 5(1), 24–44. <https://doi.org/10.37385/ijedr.v5i2.3821>
- Sari, M. D., & Yulianto, A. (2022). Kualitas Produk dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Cepat Saji di Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 70–78.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.