

ANALISA PRODUK, PROSES DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PEPPER LUNCH TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Heldi dan Christine Desmonda

Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra

email : heldidi94@gmail.com ; christine.desmonda@yahoo.co.id

ABSTRAK: Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh kualitas makanan, proses dan harga terhadap kepuasan konsumen di Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. Teknik analisa yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas makanan, proses dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun variabel harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas makanan, Proses, Harga, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT: *This study was conducted to analyze the impact of food quality, process and price towards consumer satisfaction in Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. The analysis technique used in the research is quantitative descriptive. The instrument used is multiple linear regression analysis. Result showed that food quality, process, and price is positive and significantly affecting consumer satisfaction, however price has the most impact towards consumer satisfaction.*

Keyword : *Product, Process, Price, Consumer Satisfaction*

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan. Bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang, jadi dimanapun, kapanpun, masyarakat akan membutuhkan makanan sebagai sumber pokok kehidupan (Ayodya, 2007). Banyak pengusaha merambah ke dunia bisnis kuliner karena usaha kuliner merupakan salah satu usaha yang memiliki prospek yang baik ke depannya. Terbukti dari rata-rata pendapatan restoran dan rumah makan yang berskala menengah dan besar selama tahun 2014 mencapai 4,33 milyar rupiah per perusahaan. Ditinjau dari seluruh pendapatan, 99,36 persen merupakan pendapatan yang diperoleh dari penjualan makanan dan minuman (*bps.go.id*). Hal ini menunjukkan bahwa penjualan makanan dan minuman memegang pangsa pasar yang paling tinggi dibandingkan dengan bisnis-bisnis lainnya.

Keberadaan restoran atau tempat makan didukung juga oleh pola hidup masyarakat moderen yang saat ini ditandai

dengan aktivitas kerja yang tinggi serta adanya kesempatan yang sama untuk dapat bekerja bagi setiap orang yang memiliki kompetensi. Di kota Surabaya yang dikenal sebagai kota metropolitan memiliki kondisi tersebut. Keberadaan restoran atau tempat makan menjadi kebutuhan bagi banyak orang, sehingga bisnis makanan di Surabaya dapat memberikan peluang bagi para pengusaha di bidang kuliner. Pertumbuhan bisnis kuliner yang terus selalu meningkat menyebabkan persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis kuliner, menyebabkan para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk memberikan produk maupun pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas. Banyak perusahaan harus menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Soekresno, 2000).

Salah satu restoran yang sangat populer dan diminati masyarakat saat ini adalah restoran yang menyajikan masakan khas Jepang, dimana dapat dilihat hampir di setiap *mall* yang ada di Surabaya tidak lepas dari kehadiran restoran khas Jepang. Cita rasa makanan Jepang yang khas dapat dengan mudah diterima oleh lidah masyarakat Indonesia, sehingga bisnis

kuliner khas Jepang dapat dengan cepat menjamur di Indonesia. Saat ini dapat ditemukan berbagai restoran yang menawarkan masakan Jepang, salah satunya adalah restoran Pepper Lunch yang menawarkan menu *steak* dengan variasi hidangan khas Jepang.

Didukung oleh hasil wawancara penulis kepada Bapak Toni (Toni Lestioko, wawancara pribadi, 20 April 2016), selaku manager restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza. Beliau mengatakan bahwa selama ini Pepper Lunch tidak pernah melakukan survei secara langsung kepada para konsumennya mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas makanan, proses dan harga yang ditawarkan, sehingga pihak Pepper Lunch tidak mengetahui sebenarnya bagaimana kepuasan konsumen yang makan di Pepper Lunch.

Penulis menganggap bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam bisnis, tak terkecuali baik dalam industri *food and beverage*, agar suatu bisnis tetap bisa bertahan dimasa yang akan datang. Berdasarkan hasil pra-survei penulis dan penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Analisa Produk, Proses dan Harga Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya”.

TEORI PENUNJANG

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan bagian dari aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang dipadukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 2004). *Marketing mix* merupakan variabel-variabel yang dipakai perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen (Dharmmesta dan Irawan, 2000).

Kualitas Makanan

Kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai (Knight dan Kotschevar, 2000). Setiap menu atau produk makanan pada restoran mempunyai standar masing-masing, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan, sehingga setiap produk harus memberikan nilai kepada konsumen, namun tidak harus terlihat.

Proses

Proses adalah bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, mulai dari konsumen tersebut memesan (*order*) hingga akhirnya mendapatkan apa yang diinginkan (Kotler, 2006). Beberapa perusahaan tertentu biasanya memiliki cara yang unik atau khusus dalam melayani konsumennya. Proses dalam pemasaran yaitu keseluruhan sistem penyampaian jasa yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Harga

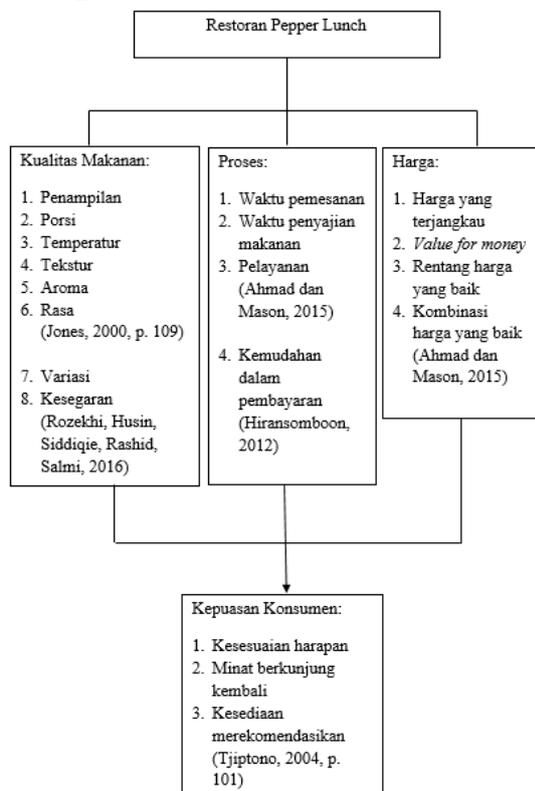
Harga adalah salah satu variabel bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan komponen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk mendapat manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2004). Didukung oleh Swastha dan Irawan (2005) Harga merupakan jumlah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan pelayanan. Harga merupakan sejumlah nilai atau nominal yang harus dikorbankan untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa tersebut.

Kepuasan Konsumen

Definisi kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah konsumen membandingkan kinerja produk tersebut

dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2009). Didukung oleh Rahman, Kalam, Rahman, Abdullah (2012) kepuasan konsumen dapat dijelaskan berdasarkan perasaan bahagia, penerimaan, lega, gembira, dan senang. Menurut Hui and Zheng (2010) kepuasan digambarkan sebagai evaluasi keseluruhan atau penilaian dari konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang ditawarkan oleh penyedia layanan. Kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2009).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesa

H₁: Kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₂: Proses berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₃: Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₄: Kualitas makanan paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kausalitas dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel melalui uji hipotesis (Sugiyono, 2010).

Populasi

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza.

Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik. Dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, jadi peluang dari anggota populasi yang dipilih sebagai sampel didasarkan pada responden yang memenuhi kriteria, yaitu diatas umur 17 tahun dan pernah makan di Pepper Lunch 3 bulan terakhir (Februari – April 2017).

Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan 170 kuesioner, untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak valid.

Jenis Data

1. Data kuantitatif didapatkan penulis dari hasil membagikan kuesioner kepada responden.
2. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar (Sugiyono, 2010).

Sumber Data

1. Data primer adalah data utama yang digunakan untuk penelitian yang didapatkan langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui

penyebaran kuesioner, maupun wawancara jika diperlukan. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh penulis sebagai obyek penulisan (Umar, 2003).

2. Data Sekunder adalah data pendukung dari data utama/primer. Berasal dari buku-buku literatur, jurnal, *website*, maupun sumber-sumber lain yang telah diolah kembali. Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya melalui orang lain atau mencari melalui dokumen (Sugiyono, 2010).

Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

1. Studi Lapangan

Alat pengumpulan data adalah melalui penyebaran kuesioner secara langsung di lapangan dengan pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang terdiri atas 4 bagian, yaitu kualitas produk, harga, proses, dan kepuasan konsumen. Kuesioner ini akan diisi oleh konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.

2. Studi Literatur

Studi literatur atau disebut juga kajian pustaka, yaitu mempelajari buku-buku referensi dan hasil penelitian sejenis sebelumnya yang pernah dilakukan oleh orang lain.

3. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal yang merupakan percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Wawancara atau *interview* dapat dilakukan untuk memperoleh data yang dapat diolah untuk memperoleh gambaran umum, sehingga data tersebut dapat digunakan dalam penelitian (Nasution, 2003).

Teknik Analisa Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu kuesioner atau alat pengukuran digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur oleh alat itu. Cara untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan

antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya (Nasution, 2003).

Uji Reliabilitas

Arikunto (2006) menyatakan reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu kuesioner atau alat pengukuran cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena kuesioner tersebut sudah baik. Reliabilitas berkenaan dengan ketetapan hasil pengukuran (Nasution, 2003). Kuesioner atau alat pengukuran dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil yang sama pada waktu yang berlainan.

Uji Analisis Statistik Deskriptif Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata merupakan harga tunggal yang dapat mewakili sekelompok data. Harga rata-rata hanya dapat dipakai pada data yang berskala pengukuran interval atau ratio (Puspowarsito, 2008). Misalkan mengukur rata-rata variabel X dari sebuah sampel yang berukuran n.

Simpangan Baku (*Standard Deviation*)

Simpangan baku (*standard deviation*) merupakan ukuran penyebaran data yang banyak digunakan untuk menggambarkan keragaman data (Puspowarsito, 2008). Semakin besar harga simpangan baku (s) maka data makin heterogen, sebaliknya semakin kecil harga simpangan baku, maka data makin homogen, apabila $S = 0$ berarti sekumpulan data bernilai sama (data homogen sempurna). Uji Asumsi Klasik

Uji ini bertujuan untuk meminimalkan jumlah kesalahan yang terdapat pada data penelitian adanya penyimpangan yang terjadi sebelum uji hipotesis (Ghozali, 2009).

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian *P-P Plot* (Hair, *et al.*, 2010). Pada *P-P plot* distribusi normal

akan membentuk garis diagonal yang lurus, jika data berdistribusi normal, maka garis yang menunjukkan data aktual akan mengikuti garis diagonal dengan sudut 45 derajat (Hair, *et al.*, 2010).

Multikolinieritas

Nilai umum yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) melebihi angka 10 maka dimungkinkan terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2009). Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF dan korelasi diantara variabel independen, jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas diantara variabel independen.

Homokesdastisitas

Uji homokesastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel sisaan atau residual memiliki varians konstan. Apabila hasil plot \hat{y}_i dan e_i yang menunjukkan pola konstan atau garis lurus (tidak berpola) maka residual tersebut bersifat varians konstan (Draper dan Smith, 1981).

Analisis Regresi

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel perantaranya pada Restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. Adapun rumus yang digunakan Sugiyono (2010, p. 265) adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \quad (3.5)$$

Keterangan:

Y : variabel terikat
 α : konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: koefisien regresi
 X_1, X_2, X_3 : variabel bebas
 ε : residual

Pengujian Hipotesa

Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependennya. Hal ini sependapat dengan Kuncoro (2009) yang mengatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan apakah suatu variabel bebas secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel bebas.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F atau yang dikenal dengan uji kelayakan Model/Uji Anova dilakukan untuk mengetahui apakah model penelitian yang dilakukan sudah layak. Untuk menentukan suatu hipotesa diterima atau ditolak adalah dengan melihat nilai F hitung. Jika F hitung $>$ F tabel, maka penelitian dapat dianggap layak begitu pula sebaliknya, apabila F hitung $<$ F tabel maka penelitian dianggap tidak layak (Sugiyono, 2010).

Koefisien korelasi (R) dan Koefisien *adjusted R²*

Koefisien *adjusted R²* pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2009). Nilai R berada antara 0-1, dimana jika semakin mendekati 1 maka kemampuan model menerangkan variasi variabel terikat semakin baik. Selain nilai-nilai koefisien regresi, hasil dari analisis regresi juga menghasilkan nilai koefisien *adjusted R²* (Puspowsito, 2008).

Koefisien Korelasi Parsial (r)

Dengan adanya hasil dari koefisien korelasi dapat diketahui erat tidaknya hubungan antara salah satu variabel bebas (X_1, X_2 atau X_3) dengan variabel terikat (Y). Analisis koefisien parsial (r) digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan atau korelasi antar variabel bebas dengan variabel tidak bebasnya.

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN Uji Validitas

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan mengenai Kualitas Makanan, Proses, Harga dan Kepuasan Konsumen berjumlah 21 item, mempunyai nilai r hitung $< r$ tabel, dan sesuai ketentuan yang telah diterapkan, maka berarti semua item indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator suatu variabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.6 . Berikut hasil uji reliabilitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Alpha	Keterangan
Kualitas Makanan (X1)	0.796	> 0.6	Reliabel
Proses (X2)	0.806	> 0.6	Reliabel
Harga (X3)	0.818	> 0.6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.856	> 0.6	Reliabel

Dari hasil uji tersebut terlihat nilai *Cronbach Alpha* untuk seluruh variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat menunjukkan nilai > 0.6 , yang berarti butir pertanyaan dari seluruh variabel seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis Deskriptif Kualitas Makanan (X1)

Variabel kualitas makanan diukur melalui 8 pernyataan, dari hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden mengenai variabel Kualitas Makanan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Makanan (X1)

NO	Penyataan	Mean	SD	Ket.
1	Penampilan makanan yang	4.15	0.556	Setuju

	disajikan menarik			
2	Komposisi makanan (nasi dan lauk) yang disajikan seimbang	3.95	0.696	Setuju
3	Suhu makanan yang dihidangkan dalam keadaan panas	4.48	0.569	Sangat Setuju
4	Tekstur makanan secara keseluruhan mudah untuk dikunyah/dilumatkan	4.13	0.669	Setuju
5	Aroma makanan yang disajikan menggugah selera konsumen	4.23	0.691	Sangat Setuju
6	Makanan yang disajikan memiliki rasa yang enak	4.20	0.626	Setuju
7	Menu makanan yang ditawarkan bervariasi	4.03	0.644	Setuju
8	Makanan yang disajikan tampak segar (baik dari warnanya maupun kondisi yang terlihat segar)	4.25	0.608	Sangat Setuju
	Mean secara keseluruhan variabel kualitas makanan (X1)	4.18	0.632	Setuju

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa hasil tanggapan responden

akan variabel Kualitas Makanan (X1) sebagian besar menyatakan Sangat Setuju pada pernyataan “Suhu makanan yang dihidangkan dalam keadaan panas”, dengan memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4.48. Sedangkan secara keseluruhan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh variabel Kualitas Makanan tersebut sebesar 4.18. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3.41 \leq x \leq 4.20$, yang menunjukkan responden setuju atas pernyataan tentang semua variabel kualitas makanan, dalam hal ini kualitas makanan yang diberikan Pepper Lunch sudah baik.

Analisis Deskriptif Variabel Proses (X2)

Variabel proses diukur melalui 4 pernyataan, dari hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden mengenai variabel Proses didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Proses (X2)

NO	Pernyataan	Mean	SD	Ket.
1	Waktu pemesanan di kasir relatif cepat (± 5 menit, tidak termasuk waktu antrian)	4.10	0.778	Setuju
2	Waktu penyajian makanan tiba di meja konsumen relatif cepat (5 menit)	3.98	0.806	Setuju
3	Secara keseluruhan pelayanan yang diberikan baik	4.16	0.519	Setuju
4	Kemudahan dalam melakukan pembayaran (tidak berbelit-belit)	4.30	0.554	Sangat Setuju
	Mean secara keseluruhan variabel Proses (X2)	4.14	0.664	Setuju

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa hasil tanggapan responden akan variabel Proses (X2) sebagian besar menyatakan Setuju pada pernyataan “Kemudahan dalam melakukan pembayaran (tidak berbelit-belit)”, dengan memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4.30. Sedangkan secara keseluruhan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh variabel Proses tersebut sebesar 4.14. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3.41 \leq x \leq 4.20$, yang menunjukkan responden setuju atas pernyataan tentang semua variabel proses, dalam hal ini proses yang diberikan Pepper Lunch sudah baik.

Analisis Deskriptif Variabel Harga (X3)

Variabel harga diukur melalui 5 pernyataan, dari hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden mengenai variabel Harga didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga (X3)

No	Pernyataan	Mean	SD	Ket.
1	Harga yang ditawarkan relatif terjangkau	3.47	0.798	Setuju
2	Harga sesuai dengan kualitas makanan	3.82	0.688	Setuju
3	Harga sesuai dengan kualitas pelayanan	3.84	0.667	Setuju
4	Rentang harga yang ditawarkan bervariasi	3.80	0.670	Setuju
5	Paket harga yang ditawarkan menarik	3.66	0.781	Setuju
	Mean secara keseluruhan variabel Harga (X3)	3.72	0.721	Setuju

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa hasil tanggapan responden akan variabel Harga (X3) sebagian besar

menyatakan Setuju pada pernyataan “Harga sesuai dengan kualitas pelayanan”, dengan memiliki rata-rata tertinggi sebesar 3.84. Sedangkan secara keseluruhan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh variabel Proses tersebut sebesar 3.72. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3.41 \leq x \leq 4.20$, yang menunjukkan responden setuju atas pernyataan tentang semua variabel harga, dalam hal ini harga yang diberikan Pepper Lunch sudah baik.

Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel kepuasan konsumen diukur melalui 5 pernyataan, dari hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden mengenai variabel Kepuasan Konsumen didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden 1. terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Mean	SD	Ket
1	Kualitas makanan dapat memenuhi harapan konsumen	3.98	0.570	Setuju
2	Pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen	3.99	0.554	Setuju
3	Konsumen bersedia mengunjungi kembali restoran Pepper Lunch	4.20	0.583	Setuju
4	Konsumen bersedia untuk merekomendasikan restoran Pepper Lunch kepada orang lain	4.02	0.672	Setuju
Mean secara keseluruhan variabel Kepuasan Konsumen (Y)		4.05	0.595	Setuju

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa hasil tanggapan responden akan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebagian besar menyatakan Setuju pada pernyataan “Konsumen bersedia mengunjungi kembali restoran Pepper Lunch”, dengan memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4.20. Sedangkan secara keseluruhan nilai rata-rata tanggapan responden tentang

seluruh variabel Kepuasan Konsumen tersebut sebesar 4.05. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3.41 \leq x \leq 4.20$, yang menunjukkan responden setuju atas pernyataan tentang semua variabel kualitas makanan, dalam hal ini kepuasan konsumen yang dirasakan oleh konsumen Pepper Lunch sudah baik.

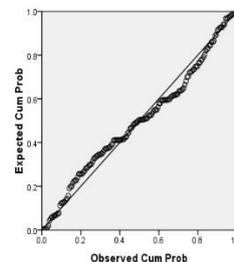
Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu harus bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), artinya pengambilan keputusan melalui uji t dan uji F tidak boleh bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka harus dipenuhi beberapa asumsi dasar (klasik). Berdasarkan hasil uji asumsi klasik dengan menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh hasil, yaitu sebagai berikut:

Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1 Normal P-P Plot

Terlihat sebaran dari data di sekitar garis uji yang mengarah ke kanan atas atau mengikuti garis diagonal, maka sesuai ketentuan yang telah ditetapkan, residual dari data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

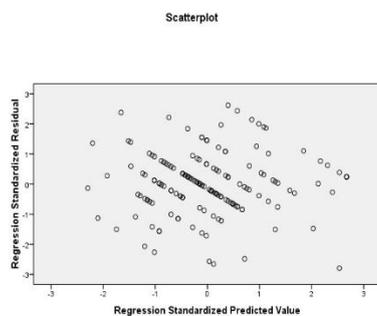
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisa Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Kualitas Makanan (X1)	1.442	Bebas Multikolinieritas

Proses (X2)	1.426	Bebas Multikolinieritas
Harga (X3)	1.246	Bebas Multikolinieritas

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Variance Influence Factor* (VIF) pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model penelitian lebih kecil dari 10, dan sesuai ketentuan yang telah ditetapkan, maka persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Homokesdatisitas



Gambar 4.2 Scatterplot

Berdasarkan gambar 4.2 dimana hasil plot di atas yang menunjukkan pola konstan atau garis lurus. Sesuai dengan ketentuan, maka residual tersebut bersifat varians konstan atau menunjukkan bahwa hasil residual tersebut bersifat homokesdastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien Regresi	t	Sig.
Konstanta (a)	0.656	2.327	0.021
Kualitas Makanan (X1)	0.362	4.697	0.000
Proses (X2)	0.119	2.083	0.039
Harga (X3)	0.373	7.735	0.000

Dari data tabel di atas persamaan regresi yang didapat adalah:

$$Y = 0.656 + 0.362X_1 + 0.119X_2 + 0.373X_3$$

Konstanta (α) merupakan intersep garis regresi dengan Y jika X = 0, yang menunjukkan bahwa besarnya variabel independen yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut. Besarnya nilai konstanta (a) adalah 0.656 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Makanan, Proses, Harga = 0, maka Kepuasan Konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya sebesar 0.656.

Koefisien regresi Kualitas Makanan (β_1) = 0.362, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel Kualitas Makanan dengan Kepuasan Konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin baik Kualitas Makanan Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.

Koefisien regresi Proses (β_2) = 0.119, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel Proses dengan Kepuasan Konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin baik Proses di Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.

Koefisien regresi Harga (β_3) = 0.373, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel Harga dengan Kepuasan Konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin baik Harga di Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.

Pengujian Hipotesis

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 4.7 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model	Sum of Squares	dF	Mean Square	F	Sig.
Regression	17.949	3	5.983	60.466	0.000
Residual	16.129	163	0.099		
Total	34.078	166			

Dari hasil output diatas, dapat dilihat bahwa nilai F hitung 60.466 > 2.660,

sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak yang berarti variabel bebas mempunyai pengaruh secara keseluruhan yang signifikan terhadap variabel terikat, dengan demikian maka model penelitian dianggap layak.

Uji t (Uji Parsial)

Hasil pengujian uji t dari masing-masing variabel bebas Kualitas Makanan, Proses dan Harga adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel 4.6 besarnya nilai signifikansi variabel bebas Kualitas Makanan (X1) pada uji t adalah $4.697 > 1.975$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga variabel bebas Kualitas Makanan (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Berdasarkan tabel 4.6 besarnya nilai signifikansi variabel bebas Proses (X2) pada uji t adalah $2.083 > 1.975$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga variabel bebas Proses (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.
3. Berdasarkan tabel 4.6 besarnya nilai signifikansi variabel bebas Harga (X3) pada uji t adalah $7.735 > 1.975$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga variabel bebas Harga (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.
4. Dalam penelitian ini variabel Harga merupakan variabel yang paling dominan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya, maka H_4 ditolak, yang menyatakan bahwa Kualitas Makanan paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Koefisien Korelasi (R) dan *Adjusted R*²

Tabel 4.8 Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien *Adjusted R*²

R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
0.726	0.527	0.518	0.31456

Dari tabel 4.8 di atas diketahui nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.726. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel Kualitas Makanan (X1), Proses (X2), Harga (X3) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah kuat, karena nilai 0.726 mendekati 1, maka dapat dikatakan memiliki hubungan yang sangat erat.

Koefisien Korelasi Parsial (r)

Tabel 4.9 Nilai Koefisien Korelasi Parsial

Variabel	r
Kualitas Makanan (X1)	0.555
Proses (X2)	0.466
Harga (X3)	0.635

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa nilai koefisien korelasi parsial pada Variabel Kualitas Makanan (X1) sebesar 0.555, artinya secara parsial Variabel Kualitas Makanan mempunyai hubungan yang sedang terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Koefisien parsial pada Variabel Proses (X2) sebesar 0.466, artinya secara parsial Variabel Proses mempunyai hubungan yang sedang terhadap kepuasan konsumen (Y). Koefisien parsial pada Variabel Harga (X3) sebesar 0.635, artinya secara parsial Variabel Harga mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan

H₁: Kualitas Makanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji pengaruh parsial pada penelitian dengan uji t menunjukkan bahwa Kualitas Makanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, karena nilai t hitung sebesar $4.697 > 1.975$, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5%, sehingga kesimpulannya adalah variabel Kualitas Makanan (X1) mempunyai pengaruh signifikan positif

terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini berarti hipotesis yang berbunyi Kualitas Makanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dinyatakan diterima. Didukung oleh hasil analisis deskriptif variabel, dimana *mean* keseluruhan kualitas makanan sebesar 4.18, dimana sesuai dengan ketentuan interval kelas termasuk dalam kategori $3.40 \leq x \leq 4.20$, yang menunjukkan bahwa kualitas makanan di Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya dinilai baik oleh konsumen.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rozekhi, Husin, Siddiqie, Rashid, Salmi (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas makanan adalah atribut yang paling penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Petzer (2014) yang membuktikan bahwa kualitas makanan (rasa, kesegaran, inovasi, suhu, konsistensi, variasi, dan makanan sehat) merupakan prediktor yang paling penting terhadap Kepuasan Konsumen.

H₂: Proses Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji pengaruh parsial pada penelitian dengan uji t menunjukkan bahwa Proses secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, karena nilai t hitung sebesar $2.083 > 1.975$, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5%, sehingga kesimpulannya adalah variabel Proses (X₂) mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini berarti hipotesis yang berbunyi Proses berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dinyatakan diterima. Didukung oleh hasil analisis deskriptif variabel, dimana *mean* keseluruhan proses sebesar 4.14, dimana sesuai dengan ketentuan interval kelas termasuk dalam kategori $3.40 \leq x \leq 4.20$, yang menunjukkan bahwa proses di Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya dinilai baik oleh konsumen.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian Chandra (2010) yang berjudul “Analisa Kepuasan Konsumen

terhadap Bauran Pemasaran pada W Grill and Loung di Surabaya”, menyimpulkan bahwa elemen proses berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Konsumen restoran sangat terpengaruh bagaimana cara karyawan melayani dan lamanya menunggu selama proses produksi serta ketepatan jenis makanan yang disajikan.

Hasil penelitian terdahulu yang hampir serupa juga dilakukan oleh Mahendraswari (2014) berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Bebek Gendut di Kota Bogor”, hasil penelitian menemukan bahwa proses berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan sekaligus merupakan variabel tertinggi kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen setelah variabel *people/orang*. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien konstruk yang dilakukan peneliti, nilai dari koefisien konstruk variabel proses adalah sebesar 0.77 yang merupakan variabel tertinggi kedua dari 5 variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

H₃: Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji pengaruh parsial pada penelitian dengan uji t menunjukkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, karena nilai t hitung sebesar $7.735 > 1.975$, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5%, sehingga kesimpulannya adalah variabel Harga (X₃) mempunyai pengaruh signifikan positif yang paling tinggi daripada variabel Kualitas Makanan dan Proses terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini berarti hipotesis yang berbunyi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dinyatakan diterima. Didukung oleh hasil analisis deskriptif variabel, dimana *mean* keseluruhan harga sebesar 3.72, dimana sesuai dengan ketentuan interval kelas termasuk dalam kategori $3.40 \leq x \leq 4.20$, yang menunjukkan bahwa harga di Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya dinilai baik oleh konsumen.

Hasil dalam penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Bailia, Soegoto, Loindong (2014) yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di Kota Manado” dimana menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian terdahulu ini memberikan bukti bahwa harga makanan yang ditawarkan oleh pengelola warung-warung makan Lamongan di kota Manado kepada konsumen kompetitif, terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan merupakan salah satu cara untuk memuaskan konsumen. Hal ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong (2004), yang menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga sebuah produk juga sebagai penentu utama permintaan pasar, harga yang mampu bersaing berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

H₄: Kualitas Makanan paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji pengaruh parsial pada penelitian dengan uji t menunjukkan bahwa harga paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena nilai t hitung sebesar $7.735 > 1.975$, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5%, sehingga kesimpulannya adalah variabel Harga (X₃) mempunyai pengaruh signifikan positif yang paling tinggi terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa H₄ yang berbunyi kualitas makanan paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dinyatakan tidak diterima.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Back (2012) mengatakan bahwa kualitas makanan merupakan prediktor kunci dari kepuasan konsumen (H₄) berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

Kuriasari (2015) yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di restoran Ralana Solo”. Hasil penelitian yang dilakukan Kuriasari menunjukkan bahwa harga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung harga sebesar 4.132 merupakan nilai t hitung yang tertinggi dibandingkan t hitung variabel lainnya. Dimana t hitung kualitas pelayanan sebesar 2.603, t hitung kualitas makanan sebesar 2.120, dan t hitung promosi sebesar 2.533.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Gambaran umum responden yaitu responden yang paling banyak berjenis kelamin perempuan (58.08%), berusia sekitar 26-35 tahun (38.92%), berprofesi sebagai karyawan (32.34%), memiliki pendapatan antara Rp. 3.000.001 – Rp. 6.000.000 (28.14%), dan dengan pendidikan terakhir S1 (61.68%).
2. Kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Dari ketiga variabel bebas, penulis menemukan bahwa variabel harga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Saran:

1. Pihak restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya tetap mempertahankan harga yang wajar dan terjangkau untuk setiap produk yang dijual, sehingga konsumen tetap dapat menikmati kualitas makanan dan proses yang baik dengan harga yang wajar. Dengan demikian, pihak restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya dapat meningkatkan kepuasan konsumen menjadi lebih baik lagi. Hal itu dapat dilakukan dengan cara

- membuat harga lebih terjangkau dengan membuat paket-paket harga yang unik seperti “*Special combo of the week*” dengan harapan restoran dapat memberikan *bundle* untuk menu yang jarang dipesan setiap minggunya. Hal tersebut dapat dilihat dalam penelitian ini, yaitu konsumen kurang puas terhadap indikator “Paket harga yang ditawarkan menarik” (nilai terendah 3.66), oleh karena itu, realisasi promo *bundle* yang dapat dilakukan adalah memberikan promo-promo terhadap menu-menu yang jarang dibeli
2. Pihak restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas makanan yang telah ditetapkan dengan menyajikan produk yang memiliki penampilan, porsi, temperatur, tekstur, aroma, rasa, variasi dan kesegaran produk yang baik, sehingga dapat memberikan sesuatu yang berbeda untuk konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen demi keberlangsungan perusahaan. Hal itu dapat dilakukan dengan cara membuat inovasi produk baru, misalnya: membuat menu khusus untuk vegetarian, karena saat ini semakin berkembangnya penduduk di dunia dan di Indonesia yang menjadi vegetarian baik karena alasan agama maupun alasan kesehatan (Siahaan *et al.*, 2015). Berdasarkan jumlah vegetarian di Indonesia Society (IVS) yang dikutip dalam jurnal Siahaan *et al.* (2015) saat berdiri tahun 1998 terdapat sekitar 5.000 orang dan meningkat menjadi 60.000 orang pada tahun 2000 dan di Kota Medan pada tahun 2013 terdapat 2.000 orang vegan.
 3. Pihak restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya lebih meningkatkan proses yang telah ditetapkan khususnya dalam “waktu untuk penyajian makanan” (nilai terendah 3.98) dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan bagian dapur dan *service* sehingga penyajian makanan bisa lebih cepat dan kepuasan konsumen dapat meningkat.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ayodya, W. (2007). *Kursus singkat usaha rumah makan laris manis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Badan Pusat Statistik. (2014). *Restoran dan rumah makan di Indonesia*. Retrieved November 23, 2017, from https://www.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Statistik-Restoran-Rumah-Makan-2014---.pdf.
- Back, K., J. (2012). Impact-range performance analysis and asymmetry analysis for improving quality of Korean food attributes. *International Journal of Hospitality Management* 31, 535-543.
- Chandra, S., O. (2010). *Analisa kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran pada W Grill and Lounge di Surabaya*. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Dharmmesta, & Irawan. (2000). *Manajemen pemasaran modern edisi 2*. Yogyakarta: Liberty.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS edisi 4*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., F., Jr., Black, W., C., Babin, B., J., & Anderson, R., E. (2010). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Knight, J., B., & Kotschevar, L., H. (2000). *Quantity food production, planning and management*. New York: John Wiley and Sons.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen pemasaran edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Dasar-dasar pemasaran edisi 9*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2009). *Manajemen pemasaran edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kraljević, R., & Filipović, Z. (2017). Gender differences and consumer behavior of millenials. *Acta Economica Et Turistica* 3(1), 5-13.

- Kuncoro, M. (2009). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi, edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Kuriasari, A. (2015). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di restoran Ralana Solo*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mahendraswari, R. (2014). *Pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen di Rumah Makan Bebek Gendut di Kota Bogor*. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Nasution, S., M., A. (2003). *Metode research (Penelitian ilmiah) cetakan 6*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Petzer, D. (2014). Dining atmospherics and food and service quality as predictors of customer satisfaction at sit-down restaurants. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 3(2), 1-14.
- Rahman, M., A., Kalam, A., Rahman, M., M., & Abdullah, M. (2012). The influence of service quality and price on customer satisfaction: An empirical study on restaurant services in khulna division. *Research Journal of Finance and Accounting* 3(4), 8-16.
- Rozekhi, N., A., Hussin, S., Siddiqe, A., S., K., A., R., Rashid, P., D., A., & Salmi, N., S. (2016). The influence of food quality on customer satisfaction in fine dining restaurant: case in Penang. *International Academic Research Journal of Business and Technology* 2(2), 45-50.
- Siahaan, G., Nainggolan, E., Lestrina, D. (2015). Hubungan asupan zat gizi dengan trigliserida dan kadar glukosa darah pada vegetarian. *Indonesian Journal of Human Nutrition* 2(1), 48-59.
- Soekresno. (2000). *Manajemen food and beverage, edisi 2*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2004). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia.
- Umar, H. (2003). *Metode riset komunikasi organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, V., A., Bitner, M., J., & Gremler, D., D. (2006). *Services marketing: integrating customer focus across the firm* (4th ed.). New York: McGrawHill/Irwin.