

PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AYAM KQ 5 KOTA MOJOKERTO

Rini Armin

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit (UNIM)

Email : arin.chic@yahoo.co.id

Abstract This research was conducted by questionnaire method using accidental sampling technique to 100 consumers who happened to be in Chicken Restaurant KQ 5. Analysis of data obtained in the form of quantitative analysis includes validity and reliability test, test Classical assumption, multiple regression analysis, Goodness of Fit test through F test and t test and regression coefficient analysis (R^2).

The results of this study indicate that all independent variables together positively affect the consumer satisfaction and also have an individual positive impact on customer satisfaction. Thus, product quality and service quality influence positively and significantly to consumer satisfaction at Rumah Makan Ayam KQ 5 In Mojokerto, where product quality is dominant variable, it can be seen regression coefficient from product quality (X_2) equal to 0,127 and tcount 2,859 .

Based on the research results suggested Chicken Restaurant KQ 5 In Mojokerto need to pay attention and improve the quality of restaurants to be better, especially on the quality of service variables related to customer satisfaction or customer satisfaction.

Keywords: Consumer Quality, Quality of Service, and Product Quality

PENDAHULUAN

Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, Para pelaku bisnis di tantang untuk menciptakan suatu diferensiasi unik sehingga konsumen dapat membedakan dengan pesaing lainnya

Semakin berkembangnya usaha perdagangan khususnya di bidang kuliner ini, sering kali dikaitkan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering di hubungkan dengan pekerjaan atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik itu pria maupun wanita yang selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman, rumah makan dan restoran di gunakan

sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialis, bertukar pikiran , sehingga dapat di katakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern saat ini.

Adapun masalah yang timbul pada rumah makan Ayam KQ 5 yaitu pelayanan yang kurang cepat tanggap dalam menyajikan makanan dan porsi makanan yang kurang pas, sehingga konsumen banyak yang mengeluh (tidak puas) dengan pelayanan yang ada di rumah makan Ayam KQ 5. Hal ini disebabkan karena keterbatasan karyawan (pelayan), dan perusahaan seharusnya menambah beberapa karyawan baru, agar pelayanan ini berjalan dengan baik, sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan adanya masalah ini pelanggan merasa kecewa dan mereka melakukan pembelian ditempat lain, hal ini akan

berpengaruh negatif pada rumah makan Ayam KQ 5 karena sudah kehilangan beberapa pelanggan yang akan mengakibatkan menurunnya penjualan. Band (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang di konsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “ Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam KQ 5 ”.

Rumusan Masalah

- a. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam KQ 5?
- b. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam KQ 5 ?
- c. Dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan , kualitas produk manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam KQ 5 ?

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (dalam dedylondong.blogspot.com,2005) Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Konsep Kualitas Pelayanan

Menurut Philip Kotler (dalam www.library.upnvj.ac.id, 2005:153) Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/ rasakan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (dalam www.library.upnvj.ac.id, 2000) yang terpenting untuk diperhatikan dalam produk berupa jasa, ada lima dimensi yang dapat menentukan kualitas jasa yaitu:

1. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan yang sesuai janji yang ditawarkan.
2. *Responseveness* (keresponsifan), yaitu suatu kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. *Assurance* (kepastian, jaminan, keyakinan), yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam menanamkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. *Emphaty* (Empati), yaitu perhatian secara individual yang diberi perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan menghubungi perusahaan, kemampuan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, kemampuan karyawan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
5. *Tangibles* (berwujud, nyata) yaitu meliputi fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, serta kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (dalam jurnal-sdm.blogspot.com 2007:95) produk

merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk menurut Fandy Tjiptono (dalam *jbptunikompp-gdl-dewiperman*, 2002:25) mengemukakan, bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain :

- a. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- d. Keandalan (*Realibility*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- e. Daya tahan (*Durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
- f. Estetika (*Easthetica*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- g. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.

Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*) meliputi kecepatan, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup

pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut J. Supranto (dalam *www.ilab.gunadarma.ac.id* 2001)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Dimensi Kepuasan Konsumen

Menurut J. Supranto (2006:107) dimensi mutu dan masing-masing butir adalah sebagai berikut:

1. Keberadaan pelayanan (*availability of service*)
2. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)
3. Ketepatan pelayanan (*timesliness of service*)
4. Profesionalisme pelayanan (*profesionalism of service*)
5. Kepuasan keseluruhan dengan pelayanan (*over all satisfaction with service*)

Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan , kualitas produk secara simultan , berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam KQ 5 Di Mojokerto.
2. Kualitas pelayanan, kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam KQ 5 Di Mojokerto.
3. Kualitas produk mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam KQ 5 Di Mojokerto.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung rumah makan Ayam KQ 5

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang datang berkunjung pada Rumah Makan Ayam KQ 5 Di Mojokerto.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Accidental sampling* yang merupakan bagian dari teknik dari *nonprobability sampling* yaitu bentuk pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data akan menjadi sampel penelitian ini (Sugiyono, 2012:218). Adapun pelaksanaan pengambilan data dilakukan pada minggu ke tiga pada bulan April 2016.

Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Pelayanan (X_1)
Menurut Philip Kotler (dalam www.library.upnvj.ac.id 2005: 153) Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu promoi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima / rasakan.
2. Kualitas Produk (X_2)
Menurut Fandy Tjiptono (2005:25) kualitas produk baik barang maupun jasa mempunyai kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, komunikasi dari mulut, pangsa pasar dan profibilitas.
3. Kepuasan Konsumen (Y)
Menurut J.Supranto (dalam www.ilab.gunadarma.ac.id 2001) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan

kinerja/hasil yang di rasakannya dengan harapannya.

Teknis Analisis Data

Dalam penelitian ini pengujian menggunakan SPSS versi 20 adalah Uji validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Autokorelasi dan untuk hipotesisnya menggunakan : Uji-F untuk mengetahui secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen, Uji-T untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan pada variabel independen terhadap variabel dependen.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di Rumah Makan Ayam KQ 5 Jl.Surodinawan Kota Mojokerto Penelitian dilakukan pada bulan april 2016.

HASIL PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Hasil Uji Kualitas Pelayanan (X_1)

Pertanyaan	Nilai	Keterangan (Nilai Sig. < α)
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,000	Valid
7	0,000	Valid
8	0,000	Valid
9	0,000	Valid
10	0,000	Valid

Nilai validitas kualitas pelayanan lebih kecil dari pada nilai taraf signifikansi 0,05 sehingga semua item pertanyaan dapat dikatakan valid

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Pertanyaan	Nilai	Keterangan (Nilai Sig. < α)
1	0,000	Valid
2	0,002	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,016	Valid
7	0,000	Valid
8	0,000	Valid
9	0,000	Valid
10	0,000	Valid

Dari hasil tabel di atas nilai validitas kualitas produk lebih kecil dari pada nilai taraf signifikansi 0,05 sehingga semua item pertanyaan dapat dikatakan valid.

Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pertanyaan	Nilai	Keterangan (Nilai Sig. < α)
1	0,000	Valid
2	0,002	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,016	Valid

Dari hasil tabel di atas didapatkan nilai validitas kepuasan konsumen lebih kecil dari pada nilai taraf signifikansi 0,05 sehingga semua item pertanyaan dapat dikatakan valid.

Uji Reabilitas

Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Pertanyaan	Nilai	Keterangan
1	0,739 > 0,6	Reliabel
2	0,740 > 0,6	Reliabel
3	0,739 > 0,6	Reliabel
4	0,746 > 0,6	Reliabel

5	0,730 > 0,6	Reliabel
6	0,733 > 0,6	Reliabel
7	0,734 > 0,6	Reliabel
8	0,730 > 0,6	Reliabel
9	0,735 > 0,6	Reliabel
10	0,739 > 0,6	Reliabel

Dari hasil tabel di atas menunjukkan nilai cronbach alpha kualitas pelayanan di atas 0,6 sehingga semua item pertanyaan dapat dikatakan reliabel.

Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk (X2)

Pertanyaan	Nilai	Keterangan
1	0,678 > 0,6	Reliabel
2	0,695 > 0,6	Reliabel
3	0,662 > 0,6	Reliabel
4	0,661 > 0,6	Reliabel
5	0,672 > 0,6	Reliabel
6	0,703 > 0,6	Reliabel
7	0,677 > 0,6	Reliabel
8	0,681 > 0,6	Reliabel
9	0,689 > 0,6	Reliabel
10	0,680 > 0,6	Reliabel

Dari hasil tabel di atas menunjukkan nilai cronbach alpha kualitas produk di atas 0,6 sehingga semua item pertanyaan dapat dikatakan reliabel.

Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pertanyaan	Nilai	Keterangan
1	0,638 > 0,6	Reliabel
2	0,681 > 0,6	Reliabel
3	0,652 > 0,6	Reliabel
4	0,673 > 0,6	Reliabel
5	0,627 > 0,6	Reliabel
6	0,682 > 0,6	Reliabel

Dari hasil tabel di atas menunjukkan nilai cronbach alpha kepuasan konsumen di atas 0,6 sehingga semua item pertanyaan dapat dikatakan reliabel

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

**Hasil Uji
Multikolinieritas**

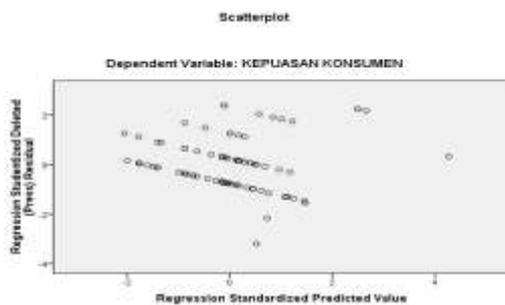
Coefficient Correlations^a

Model		KUALITAS PRODUK	KUALITAS PELAYANAN
Correlations	KUALITAS PRODUK	1,000	-,357
	KUALITAS PELAYANAN	-,357	1,000
1	Covariations	,002	-,001
	KUALITAS PELAYANAN	-,001	,001

Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

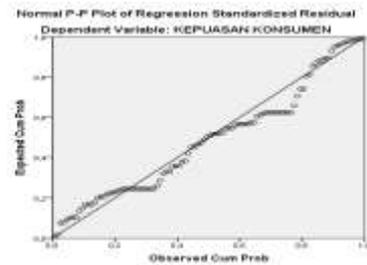
Dari hasil tabel Coefficient Correlations diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien antar variabel bebas sebesar -0,357 jauh di bawah 0,60 berarti antar variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

➤ Uji Heterokedastisitas



Dari hasil scatterplot di atas menunjukkan bahwa penyebaran residual adalah teratur atau membentuk pola sehingga dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas.

Uji Normalitas



Dari hasil Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual menunjukkan bahwa titik-titik mendekati garis lurus/linier sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal

Analisis data Regresi Linier Berganda

Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh besarnya konstanta dan besarnya koefisien regresi untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut .

Correlations

		KEPUASAN KONSUMEN	KUALITAS PELAYANAN	KUALITAS PRODUK
Pearson Correlation	KEPUASAN KONSUMEN	1.000	.327	.363
	KUALITAS PELAYANAN	.327	1.000	.357
	KUALITAS PRODUK	.363	.357	1.000
Sig. (1-tailed)	KEPUASAN KONSUMEN	.	.000	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.000	.	.000
	KUALITAS PRODUK	.000	.000	.
N	KEPUASAN KONSUMEN	100	100	100
	KUALITAS PELAYANAN	100	100	100
	KUALITAS PRODUK	100	100	100

Dari hasil tabel korelasi diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,327 dan untuk variabel kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,363 serta memiliki nilai signifikansi yang sama yaitu sebesar 0,00

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.967 ^a	.936	.928	1.383	.936	10.391	2	97	.000	1.421

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Dari tabel Model Summary diatas menunjukkan bahwa nilai R = 0,967 Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas yaitu Pengujian Hipotesis

kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y)

Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20.510	2	10.255	10.391	.000 ^a
Residual	95.730	97	.987		
Total	116.240	99			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Dari hasil Uji Anova, pada bagian ini ditampilkan hasil yang diperoleh adalah nilai $F_{hitung} = 10,391$ dengan tingkat probabilitas sig. 0,000. Oleh karena probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.637	1.809		9.196	.000
KUALITAS PELAYANAN	.074	.032	.227	2.297	.024
KUALITAS PRODUK	.127	.045	.282	2.859	.005

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Tabel Coeffisients diperoleh variabel kualitas pelayanan nilai Sig. sebesar 0,024, kemudian dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05 ternyata $0,024 \leq 0,05$

Pembahasan Hasil Analisis

1. Pengujian pertama dilakukan terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Rumah Makan Ayam KQ 5 Hj.Fatmawati Sampang. Pada hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan uji f diperoleh hasil tingkat signifikan sebesar 0,000 sedangkan dari nilai taraf signifikan sebesar 0,05 sehingga pengujian ini bernilai signifikan atau menolak H_0 dan menerima H_a . **diterima**
2. Berdasarkan pengujian hipotesis uji t yaitu dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial dikarenakan nilai taraf signifikannya sebesar $0,024 < \alpha$) dan variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial dikarenakan nilai taraf signifikannya sebesar 0,005 ($0,005 < \alpha$). **diterima**
3. Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga yang diajukan yaitu dapat diketahui bahwa koefisien regresi dari kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,074 dan kualitas produk (X_2) sebesar 0,127

dengan demikian yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel kualitas produk (X_2), hal ini dapat dilihat koefisien regresi dari kualitas produk (X_2) sebesar 0,127 dan t_{hitung} 2,859.

PENUTUP

Simpulan

Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Rumah Makan Ayam KQ 5 Di Mojokerto.

Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Rumah Makan Ayam KQ 5 Di Mojokerto.

Variabel Kualitas Produk (X_2) berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ayam KQ 5 Di Mojokerto.

DAFTAR RUJUKAN

- Anoraga pandji, 2009, *Manajemen Bisnis*, PT.RINEKA CIPTA, Jakarta
- Arikunto Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Budi Setiawan, 2008, " *Pengaruh Produk, harga, dan Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Cun Cell Surabaya*", Skripsi, tidak dipublikasikan, UNIPA Surabaya.

- dansite.wordpress.com/2009/04/.../bauran-pemasaran-marketigmix...5Apr 2009, diakses 06 Januari 2017
- eprints.undip.ac.id/23470 oleh RZ KUSUMAH-2011, diakses 20 Desember 2016
- Frans,2006,produk.Jurnal kopi susu.com
- Hasan Iqbal M, 2001." *Pokok-pokok Materi Statistik*", PT.Bumi Aksara, Jakarta
- <http://dedylondong.blogspot.com/2005/11/kualitas-pelayanan.html>,diakses 12 April 2016
-2002/01/manajemen-produksi-dan-operasi history.html,diakses 12 Mei 2013
- <http://eprints.undip.ac.id/2005/28650/1/Skripsi12.pdf>,diakses 05 Februari 2017
- [http://jurnal-sdm.blogspot.com/kepuasan-konsumen-pengertian-jenis dan .htm](http://jurnal-sdm.blogspot.com/kepuasan-konsumen-pengertian-jenis-dan.htm), diakses 08 Januari 2017
- <http://repository.usu.ac.id/bistream/123456789/31142/4/Chapter%2011.pdf>,diakses 25 Desember 2016
- http://ittelkom.ac.id/index.kepuasanpelanggan&tmpl=1&page=&option=com_content&Itemid.com,diakses 11 Januari 2017
- <http://www.library.upnvj.ac.id/pdf/2s1manajemen/2005/206113014/bab2.pdf>, diakses 22 Desember 2016
- Nasution, 2001, *Manajemen Mutu Terpadu*, Ghali Indonesia,Jakarta
- Philip Kotler,2008, *Manajemen Pemasaran*,Edisi ketiga belas.PT Gelora Aksara Pratama
- Prawirosento Suyadi, 2001, *Manajemen operasi analisis Studi kasus*, Edisi Ketiga, Sinar Grafika Offset
- Rahmawati,2008." *Pengaruh Aspek Sense dan Feel Experiential Marketing pada Kasus Soto Gebrak*". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- R.Gunawan Sudarmanto, 2005, " *Analisa Regresi Linier Berganda dengan SPSS*", Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta
- Ridwan Zia Kusuma, 2011, " *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang*", Skripsi,dipublikasikan, Undip
- Repository.usu.ac.id/bistream/.../4/Chapter%2011.pdf,diakses 17 Januari 2017
- Sugiono, 2012, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, ALFABETA, Jakarta
- Supranto,2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, PT.RINEKA CIPTA,Jakarta

