

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1. Tingkat Kepuasan Konsumen atas Kualitas Pelayanan di Mie Gacoan Pasirkaliki

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, nilai rata-rata kepuasan konsumen atas keseluruhan dimensi kualitas pelayanan di Mie Gacoan Pasirkaliki yaitu sebesar 2.51, artinya mayoritas responden cenderung merasa tidak puas atas kualitas pelayanan yang diberikan masih belum memenuhi ekspektasi responden. Penulis menggunakan 24 indikator untuk mengukur tingkat kepuasan atas kualitas pelayanan dan didapatkan hasil bahwa terdapat 17 indikator di mana konsumen merasa tidak puas dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 5.1.

Rangkuman Indikator Konsumen Merasa Tidak Puas

Dimensi	Indikator Kualitas Pelayanan
<i>Tangibles</i>	Kebersihan Area Makan
	Kebersihan Alat Makan
<i>Empathy</i>	Kemampuan Karyawan dalam Memahami Keluhan Konsumen
	Kesopanan ketika Berinteraksi
	Keramahan Ketika Berinteraksi
	Kesabaran Karyawan
	Kemampuan Karyawan untuk Bersosialisasi
<i>Reliability</i>	Kesesuaian Produk yang Dipesan

Dimensi	Indikator Kualitas Pelayanan
	Kesesuaian Waktu Penyajian Dengan yang Dijanjikan
	Kemampuan Karyawan Menyelesaikan Masalah Dengan Memuaskan
<i>Assurance</i>	Pengetahuan Karyawan Tentang Produknya
	Penggunaan Bahasa Karyawan
	Konsistensi Rasa Produk
	Kesediaan Karyawan Menukar Produk jika Terjadi Kesalahan
	Perasaan Aman Ketika Berkunjung
<i>Responsiveness</i>	Kecepatan Penyajian Produk
	Kecepatan Karyawan Menangani Keluhan

Sumber: Hasil Olah Penulis

Selanjutnya, terdapat 7 dari 24 indikator di mana konsumen merasa cukup puas dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 5.2.

Rangkuman Indikator Konsumen Merasa Cukup Puas

Dimensi	Indikator Kualitas Pelayanan
<i>Tangibles</i>	Kebersihan Toilet
	Tampilan/Desain
	Cara Berpakaian Karyawan
<i>Reliability</i>	Kesesuaian Jam Buka
	Kesesuaian Jam Tutup
<i>Responsiveness</i>	Kecepatan Karyawan Memenuhi Keinginan Spesifik Konsumen
	Ketersediaan Karyawan yang Dapat Dimintai Bantuan

Sumber: Hasil Olah Penulis

Berdasarkan **Tabel 5.1** dan **Tabel 5.2**, penulis dapat menyimpulkan bahwa tidak terdapat satu indikator pun dari dimensi *empathy* dan dimensi *assurance* yang dinilai cukup memuaskan oleh konsumen. Sehingga kedua dimensi ini perlu dijadikan fokus utama bagi Mie Gacoan Pasirkaliki.

5.1.2. Niat Beli Ulang Konsumen di Mie Gacoan Pasirkaliki

Tabel 5.3.

Rangkuman Indikator Niat Beli Ulang

Indikator Niat Beli Ulang	Nilai Rata-rata	Interpretasi
Melakukan Pembelian Ulang di Mie Gacoan Pasirkaliki	2.71	Sedang
Melakukan Pembelian Jangka Panjang di Mie Gacoan Pasirkaliki	2.60	Rendah
Memilih Mie Gacoan Pasirkaliki Ketika Ingin Mengonsumsi Olahan Mie non-instan.	2.59	Rendah

Indikator Niat Beli Ulang	Nilai Rata-rata	Interpretasi
Lebih Sering Mengunjungi Mie Gacoan Pasirkaliki	2.49	Rendah
Mengunjungi Kembali Mie Gacoan Pasirkaliki	2.63	Sedang
Rata-rata Keseluruhan	2.60	Rendah

Sumber: Hasil Olah Penulis

Berdasarkan **Tabel 5.3**, dilihat dari rata-rata keseluruhan penilaian Niat Beli Ulang adalah sebesar 2.60, sehingga dapat disimpulkan bahwa niat beli ulang konsumen di Mie Gacoan Pasirkaliki termasuk rendah.

5.1.3. Hasil *Importance-Performance Analysis* (IPA) di Mie Gacoan Pasirkaliki

Selanjutnya, berdasarkan hasil *Importance-Performance Analysis* yang telah dilakukan, didapatkan indikator-indikator yang masuk ke tiap-tiap kuadran. Penulis akan membahas setiap kuadran dengan rincian sebagai berikut:

a. Kuadran 1 *Concentrate Here - High Importance Low Performance*:

- Kebersihan Alat Makan
- Kemampuan Karyawan dalam Memahami Keluhan Konsumen
- Keramahan Ketika Berinteraksi
- Kesabaran Karyawan
- Kesesuaian Produk yang Dipesan
- Kesesuaian Waktu Penyajian Dengan yang Dijanjikan
- Kemampuan Karyawan Menyelesaikan Masalah Dengan Memuaskan
- Pengetahuan Karyawan Tentang Produknya
- Penggunaan Bahasa Karyawan
- Konsistensi Rasa Produk

Indikator-indikator yang masuk ke dalam kuadran 1 merupakan indikator yang perlu dijadikan fokus utama oleh Mie Gacoan Pasirkaliki, karena konsumen menilai bahwa indikator tersebut penting tetapi tidak memiliki kinerja yang cukup baik sehingga tidak dapat memenuhi ekspektasi responden dan menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

b. Kuadran 2 *Keep Up The Good Work - High Importance High Performance*:

- Kebersihan Area Makan
- Kesopanan ketika Berinteraksi
- Konsistensi Rasa Produk
- Kesiediaan Karyawan Menukar Produk jika Terjadi Kesalahan
- Perasaan Aman Ketika Berkunjung
- Kecepatan Penyajian Produk
- Kecepatan Karyawan Memenuhi Keinginan Spesifik Konsumen
- Kecepatan Karyawan Menangani Keluhan

Indikator-indikator yang masuk ke dalam kuadran 2 dinilai penting oleh konsumen dan sudah memiliki tingkat kinerja yang baik dan dapat memenuhi ekspektasi konsumen sehingga konsumen menilai sudah cukup puas. Meskipun demikian, Mie Gacoan Pasirkaliki tetap perlu memperhatikan dan mempertahankan kinerja yang baik dari indikator yang berada dalam kuadran ini agar tidak terjadi penurunan tingkat kepuasan.

c. *Kuadran 3 Low Priority - Low Importance Low Performance:*

- Kebersihan Toilet
- Tampilan/Desain
- Cara Berpakaian Karyawan
- Kemampuan untuk Bersosialisasi
- Kesesuaian Jam Tutup

Indikator-indikator yang masuk ke dalam kuadran 3 dinilai tidak terlalu penting oleh konsumen dan juga memiliki penilaian tingkat kinerja yang rendah juga. Meskipun demikian, bukan menjadi alasan bagi Mie Gacoan Pasirkaliki untuk mengabaikan indikator yang berada dalam kuadran ini, karena dengan adanya peningkatan pada indikator ini, tingkat kepuasan konsumen dapat meningkat.

d. *Kuadran 4 Possibly Overkill - Low Importance High Performance*

- Kesesuaian Jam Buka
- Ketersediaan Karyawan yang Dapat Dimintai Bantuan

Indikator-indikator yang masuk ke dalam kuadran 4 dinilai tidak terlalu penting oleh konsumen tetapi memiliki penilaian tingkat kinerja yang baik. Meskipun dianggap kurang penting oleh konsumen, penting bagi Mie Gacoan Pasirkaliki mempertahankan kinerjanya yang sudah baik pada indikator dalam kuadran ini.

5.1.4. Pengaruh Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang di Mie Gacoan Pasirkaliki

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif yang telah dilakukan penulis menggunakan analisis regresi linear berganda didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan metode *stepwise* yang dilakukan oleh penulis, diketahui keseluruhan variabel independen yang terdiri atas kepuasan atas *tangibles*,

kepuasan atas *empathy*, kepuasan atas *reliability*, kepuasan atas *assurance*, dan kepuasan atas *responsiveness* dapat dimasukkan ke dalam model regresi.

2. Berdasarkan hasil Uji F, didapatkan hasil F-hitung > F-tabel sehingga terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_1 yang variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.
3. Berdasarkan hasil Uji t, didapatkan hasil:
 - a. Nilai t-hitung kepuasan atas *tangibles* adalah 4.539 di mana lebih besar dari t-tabel yaitu 1.65263, sehingga dapat dikatakan bahwa *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang Mie Gacoan Pasirkaliki. Berpengaruh secara positif karena nilai *unstandardized beta* positif 0.132. Sehingga terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_1 .
 - b. Nilai t-hitung kepuasan atas *empathy* adalah 7.657 di mana lebih besar dari t-tabel yaitu 1.65263, sehingga dapat dikatakan bahwa *empathy* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang Mie Gacoan Pasirkaliki. Berpengaruh secara positif karena nilai *unstandardized beta* positif 0.308. Sehingga terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_1 .
 - c. Nilai t-hitung kepuasan atas *reliability* adalah 4.564 di mana lebih besar dari t-tabel yaitu 1.65263, sehingga dapat dikatakan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang Mie Gacoan Pasirkaliki. Berpengaruh secara positif karena nilai *unstandardized beta* positif 0.141. Sehingga terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_1 .
 - d. Nilai t-hitung kepuasan atas *assurance* adalah 3.853 di mana lebih besar dari t-tabel yaitu 1.65263, sehingga dapat dikatakan bahwa *assurance* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang Mie Gacoan Pasirkaliki. Berpengaruh secara positif karena nilai *unstandardized beta* positif 0.132. Sehingga terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_1 .

e. Nilai t-hitung kepuasan atas *responsiveness* adalah 4.393 di mana lebih besar dari t-tabel yaitu 1.65263, sehingga dapat dikatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang Mie Gacoan Pasirkaliki. Berpengaruh secara positif karena nilai *unstandardized beta* positif 0.165 Sehingga terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_1 .

4. Didapatkan persamaan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.166 + 0.141X_1 + 0.165X_2 + 0.308X_3 + 0.122X_4 + 0.132X_5 + e$$

5.2 Saran

Pada bagian ini, penulis akan mengusulkan saran kepada pihak Mie Gacoan Pasirkaliki yang dapat digunakan sebagai masukan perbaikan kedepannya dan kepada pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

5.2.1 Bagi Pihak Mie Gacoan Pasirkaliki

Pada bagian sebelumnya, penulis sudah melakukan *Importance-Performance Analysis* dan didapatkan hasil indikator-indikator mana saja yang perlu menjadi fokus utama perbaikan. Penulis akan memberikan saran perbaikan bagi tiap-tiap indikator.

1. Dimensi *Tangibles*

A. Indikator Kebersihan Alat Makan, konsumen menilai bahwa alat makan di Mie Gacoan Pasirkaliki kotor. Penulis mempunyai usulan untuk membuat SOP pembersihan yang efektif dengan penjelasan sebagai berikut:

- Purnawijayanti dikutip dari Sanitarianakit (2022), SOP pembersihan alat makan yang efektif adalah sebagai berikut:
 1. Peralatan makan dibersihkan dengan membuang sisa makanan dan disemprot atau dibilas dengan air mengalir.
 2. Selanjutnya, pencucian dilakukan di bak pertama, yang diisi dengan larutan deterjen hangat bersuhu antara 43°C dan 49°C.
 3. Setelah itu, alat makan dibilas dengan air hangat yang mengalir.
 4. Untuk melakukan prosedur desinfeksi, peralatan makan direndam dalam bak berisi cairan klorin selama 2 menit, lalu

peralatan makan dikeringkan di tempat terpisah dan tertutup dengan posisi peralatan makan terbalik atau miring.

5. Peralatan makan tidak boleh dilap dengan kain saat dikeringkan karena dapat menyebabkan kontaminasi. Gunakan tisu sekali pakai untuk mengeringkan peralatan makan jika akan segera digunakan.

2. Dimensi *Empathy*

A. Indikator Kemampuan Karyawan dalam Memahami Keluhan Konsumen dan Indikator Kemampuan Karyawan Menyelesaikan Masalah Dengan Memuaskan, konsumen menilai bahwa karyawan di Mie Gacoan Pasirkaliki belum dapat memahami keluhan konsumen dan menyelesaikan keluhan tersebut dengan baik, sehingga penulis memiliki usulan:

- Membuat pelatihan karyawan dengan materi pelatihan sebagai berikut:

1. Pelatihan teknik komunikasi yang efektif untuk menanyakan dan memverifikasi keluhan konsumen. Teknik komunikasi yang efektif meliputi kontak mata, tidak memotong pembicaraan, menggunakan gestur yang tidak berlebihan, dan mengulang keluhan konsumen untuk memastikan pemahaman yang sama.
2. Memberikan edukasi kepada konsumen bahwa untuk melaporkan keluhan dapat menggunakan saluran yang sudah tersedia.
3. Pelatihan *service excellence* kepada karyawan dengan bekerja sama dengan lembaga pelatihan.

B. Indikator Keramahan Ketika Berinteraksi, konsumen menilai bahwa karyawan di Mie Gacoan Pasirkaliki masih belum cukup ramah. Usulan yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

- Pelatihan keramahan dan etika berinteraksi, karyawan perlu diberikan pelatihan mengenai pengenalan keramahan dalam pelayanan pelanggan, pelatihan membangun empati dan memahami kebutuhan konsumen.

3. Dimensi *Reliability*

A. Indikator Kesesuaian Produk yang Dipesan, konsumen menilai bahwa produk yang mereka pesan tidak sesuai, berdasarkan pengalaman penulis, penulis pernah memesan mie gacoan dengan tingkat kepedasan yang tidak pedas namun mie gacoan yang disajikan termasuk pedas. Sehingga usulan perbaikan yang dapat diajukan adalah:

- Peningkatan komunikasi dan pemeriksaan berulang antara bagian *kitchen* dan bagian *server* sehingga tidak terjadi kesalahan penyajian yang dapat berupa pesanan tertukar.

B. Indikator Kesesuaian Waktu Penyajian Dengan yang Dijanjikan, konsumen menilai bahwa waktu penyajian tidak sesuai dengan yang dijanjikan, sehingga penulis mengusulkan saran perbaikan seperti berikut:

- Penyesuaian proses penyajian dengan kapasitas dan kemampuan *kitchen* untuk menghindari penumpukan pesanan yang menyebabkan keterlambatan.

4. Dimensi *Assurance*

A. Pengetahuan Karyawan Tentang Produknya, konsumen menilai bahwa terdapat karyawan Mie Gacoan Pasirkaliki yang tidak menjelaskan produknya dengan lengkap dan berdasarkan pengalaman penulis yang pernah dilayani oleh karyawan *trainee* di bagian kasir sehingga terjadinya kesalahan dalam memesan produk karena karyawan tersebut mungkin belum paham sepenuhnya terhadap produk, sehingga penulis mengusulkan perbaikan sebagai berikut:

- Menempatkan bukan karyawan *trainee* di bagian kasir sehingga meminimalisir kesalahpahaman produk yang dipesan.
- Adanya ujian tertulis secara berkala yang memastikan setiap karyawan memiliki pemahaman yang baik tentang produk.

B. Konsistensi Rasa Produk, konsumen menilai bahwa terkadang rasa dari produk yang dipesan selalu berbeda-beda, sesuai dengan pengalaman penulis yang memesan produk mie yang terkadang terlalu pedas tidak sesuai dengan tingkat kepedasannya, penulis juga memiliki pengalaman di mana

rasa produk terkadang berbeda tiap cabang. Sehingga penulis mengusulkan saran perbaikan sebagai berikut:

- Adanya standarisasi resep dan proses memasak sehingga terdapat patokan yang jelas untuk mencapai konsistensi rasa.
- Adanya standarisasi resep perlu didukung juga dengan adanya pengawasan oleh karyawan yang berwenang.
- Adanya pengecekan berkala peralatan memasak yang digunakan untuk memastikan alat berfungsi dengan baik sehingga produk yang disajikan konsisten.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini, penulis menggunakan variabel kepuasan atas kualitas pelayanan yang diketahui berkontribusi sebesar 61.4% terhadap variabel niat beli ulang. Penulis menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel lain yang diketahui kontribusinya sebesar 38.6%.

Daftar Pustaka

Jurnal atau Buku

- Afandi, M. R., Setyawati, T., & Saidah, N. (2019). Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(1), 79-91.
- Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263-276.
- Asnawi, A. (2017). SERVQUAL Model Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Bongkar Muat dan EMKL (Studi Pada P.T. Sarana Bandar Nasional Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 1(1), 1-13.
- Blesic, I., Raljic, J. P., Uravic, L., Stankov, U., Deri, L., Pantelic, M., & Armenski, T. (2014). An importance-performance analysis of service quality in spa hotels. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 27(1), 483-495.
- Buckley, R. (2009). *Ecotourism: Principles and practices*. CABI.
- Chiu, W., & Won, D. (2016). Consumer-brand relationships in sports products and repurchase intention An application of the investment model. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17(3), 243-259.
- Devi, P. O., & Yusuf, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Massa Coffee Shop Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1).
- Ganesh, A. (2020). Assessing the Customer Satisfaction by Measuring Service Quality Using SERVQUAL Scale. *International Journal on Customer Relations*, 8(1), 1-10.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilang, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Aplikasi Mobile Dan Harga Terhadap Kepuasan Peserta Jaminan Kesehatan Nasional Kartu Indonesia Sehat.
- Gunawan, A., Yunikewaty, & Meitiana. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pada Swalayan KPD di Palangka Raya. *Open Journal Systems*, 17(6), 1185-1194.
- Han, H., Lee, K.-S., Song, H., Lee, S., & Chua, B.-L. (2020). Role of coffeehouse brand experiences (sensory/affective/ intellectual/behavioral) in forming patrons' repurchase intention. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(1), 17-35.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 71-88.
- Herjanto, H., & Amin, M. (2020). Repurchase intention: the effect of similarity and client knowledge. *International Journal of Bank Marketing*, 38(6), 1351-1371.
- Kalangi, A. D.L., Massie, J. D.D., Ogi, I. W.J., & Korompis, F. L. S. (2023). Peranan Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Kopi Glori-A Kawangkoan. *Jurnal EMBA*, 11(1), 23-32.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kumrotin, E. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1).
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.

- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Maharani, R. A. N., & Alam, I. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen selama Pandemi Covid-19 pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal*, 1(4).
- Mao, Z., & Lyu, J. (2017). Why travelers use Airbnb again? An integrative approach to understanding travelers' repurchase intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2464-2482.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977, January). Importance-Performance Analysis: An easily-applied technique for measuring attribute importance and performance can further the development of effective marketing programs. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
- Nuraeni. (2021, February 1). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 94-100.
- Nurmalasari, S. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun @Zap_finance Terhadap Literasi Keuangan Pengikutnya.
- Nyarmiati, & Astuti, S. R. T. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image dan Perceived Value terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(2), 1-14.
- Oktaria, Y., Mulyono, J., & Hartanti, L. P. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kapal Mentawai Fast Rute Padangkepulauan Mentawai. *Jurnal Widya Teknik*, 20(2), 80-85.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, Fall). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Purnawijayanti, H. A. (2001). *Sanitasi Higiene dan Keselamatan Kerja dalam Pengolahan Makanan*. Kanisius, Yogyakarta.
- Rhaziqien, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Modern Smartfren kota Malang.
- Ryan, C., & Cessford, G. (2003). Developing a Visitor Satisfaction Monitoring Methodology: Quality Gaps, Crowding and Some Results. *Current Issues in Tourism*, 6(6), 457–507.
- Salamah, K. P., Kusumawati, N., & Aprilianty, F. (2022). Domestic Tourist's Behavioral Intention Towards Food Tourism Destination: Bandung Local Restaurant and Cafe. In *International Conference on Economics, Business and Economic Education Science*.
- Sandy, N. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada APOTIK K24 CABANG GUBUG). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Sari, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Tokopedia di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(5), 1438-1448.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien*, 2(1), 48-57.

- Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21(2), 147–156.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley & Sons, West Sussex.
- Sinollah, & Masruro. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45-64.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Solomon, M. (2012). Customer Density and Customer Satisfaction in Restaurants: The Moderating Role of Table Size. *Journal of Retailing*, 88(3), 456-465.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Talavera, M. G. V. (2020). Measuring Service Quality in Philippine Banks: An Exploratory Study Using SERVQUAL and Q-Methodology. *Philippine Management Review*, 27, 37-56.
- Tania, C. A., Hafizah, & Aditi, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang, dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen di Cafe. *JAMEK (Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi)*, 2(1), 16-32.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

- Triyoko. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(1), 56-61.
- Vijayvargy, L. (2014). Measuring Service Quality Using SERVQUAL: A Case of Restaurant Chain. *International Journal of Management and Innovation*, 6(2), 60-72.
- Widanti, A., Abdilah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2).
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Konsumen Hypermart. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 172-186.
- Widiartini, N. P. A., Wimba, I. G. A., & Puja, I. M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(6), 1219-1230.
- Widiartini, N. P. A., Wimba, I. G. A., & Puja, I. M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(6), 1219-1230.
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang D'fresco Donut melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi*, 18(2), 225-238.

Zehrer, A., & Raich, F. (2016). The impact of perceived crowding on customer satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 88-98.

Sumber Internet

Adha, D. (2023, March 21). *Ingin Restoran Dikunjungi Banyak Pelanggan? Lakukan 3 Tips Memasarkan Restoran Berikut – UKM Indonesia*. UKMINDONESIA.ID. Retrieved June 28, 2023, from <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/ingin-restoran-dikunjungi-banyak-pelanggan-lakukan-3-tips-memasarkan-restoran-berikut>

Azhari, A. A. (2021, March 23). *Rela Antre Panjang Demi Mi yang Sedang Viral di Bandung, Rasanya Ternyata Enak - TribunJabar Travel*. TribunJabar Travel. Retrieved July 29, 2023, from <https://tribunjabartravel.tribunnews.com/2021/03/23/rela-antre-panjang-demi-mi-yang-sedang-viral-di-kawasan-bandung-utara-rasanya-ternyata-enak?page=all>

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. (2022, September 1). *Data Rumah Makan, Restoran, Cafe di Kota Bandung*. Portal Data Kota Bandung. Retrieved September 22, 2022, from http://data.bandung.go.id/index.php/portal/detail_dataset/d1fe354a-a94c-4add-a915-0b0eac914a5c

Goodstats.id. (2022, September 10). *Seberapa Sering Anak Muda Memesan Makanan Lewat Aplikasi Online? GoodStats*. Retrieved June 26, 2022, from <https://goodstats.id/article/survei-seberapa-sering-anak-muda-memesan-makanan-lewat-aplikasi-online-Lrpwj>

Mie Gacoan. (n.d.). Facebook. Retrieved July 29, 2023, from https://www.facebook.com/warunggacoankota/?locale=id_ID

Tahap Sanitasi Alat Makan dan Pencegahan Kontaminasi Makanan. (n.d.). Sanitarian Kit. Retrieved July 29, 2023, from <https://sanitariankit.id/tahap-sanitasi-alat-makan-dan-pencegahan-kontaminasi-makanan/>