

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama)”, penulis bisa menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan pada variabel kualitas pelayanan, diketahui bahwa pelanggan memiliki persepsi yang buruk pada kualitas pelayanan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama, hal ini dibuktikan dengan interpretasi yang buruk.

- a. Persepsi konsumen atas dimensi *tangibles* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi yang buruk. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa fasilitas yang diberikan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama kurang memuaskan, desain yang dimiliki hanya memiliki warna merah, hitam, putih dan tidak memiliki warna lain sehingga terlihat monoton, dan penampilan pramusaji yang dinilai kurang rapih.
- b. Persepsi konsumen atas dimensi *reliability* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi sangat buruk. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa pramusaji tidak menhidangkan makanan sesuai dengan apa yang mereka pesan dan kasir sering salah dan membuat tagihan.
- c. Persepsi konsumen atas dimensi *responsiveness* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi sangat buruk. Hal ini dikarenakan pramusaji lama dalam menanggapi keluhan pelanggan dan lama dalam menanggapi permintaan konsumen seperti meminta buku menu.
- d. Persepsi konsumen atas dimensi *assurance* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi buruk. Hal ini dikarenakan pramusaji yang tidak ramah dalam melayani pelanggan
- e. Persepsi konsumen atas dimensi *empathy* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi buruk. Hal ini dikarenakan pramusaji yang

kurang peduli terhadap pelanggan dan jam buka Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama yang tidak sesuai dengan di *website*

2. Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Makanan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa pelanggan memiliki persepsi buruk pada kualitas makanan di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama dengan interpretasi buruk.

- a. Persepsi konsumen atas dimensi *freshness* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi buruk. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa tekstur makanan yang disajikan keras dan seperti sudah lama
- b. Persepsi konsumen atas dimensi *presentation* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi buruk. Hal ini dikarenakan pelanggan memiliki persepsi buruk dikarenakan pelanggan merasa makanan yang disajikan kurang menarik nafsu makan mereka, baik dari porsi, bentuk, dan *garnish*.
- c. Persepsi konsumen atas dimensi *well cooked* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi buruk. Hal ini dikarenakan makanan yang disajikan gosong, makanan yang keras dan sulit digigit
- d. Persepsi konsumen atas dimensi *variety of food* pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi buruk. Hal ini dikarenakan terdapat varian makanan yang tidak sesuai dengan selera konsumen, ada varian makanan dengan range harga yang tidak sesuai, dan pilihan menu yang sedikit

3. Persepsi Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama

Variabel niat beli ulang memiliki interpretasi rendah, dimana hal ini menunjukkan bahwa pelanggan niat beli ulang di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama rendah.

- a. Persepsi konsumen atas indikator “konsumen berniat untuk mencari tahu kembali informasi tentang Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama” dinilai sangat rendah. Hal ini berarti konsumen tidak ingin mencari tahu kembali mengenai Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama

- b. Persepsi konsumen atas indikator “konsumen lebih memilih Sambal Bakar, Indoensia, Pasar Lama dibandingkan restoran sambal bakar lainnya” dinilai sangat rendah. Hal ini berarti konsumen lebih baik memilih restoran sambal bakar lainnya dibandingkan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama
 - c. Persepsi konsumen atas indikator “konsumen merekomendasikan kembali Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama kepada orang lain” dinilai rendah. Hal ini berarti konsumen tidak ingin merekomendasikan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama kepada kerabat
 - d. Persepsi konsumen atas indikator “konsumen akan melakukan pembelian kembali di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama” dinilai rendah. Hal ini berarti konsumen tidak ingin melakukan pembelian lagi di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama
4. Kepuasan pelanggan pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama
- Secara keseluruhan, variabel kepuasan pelanggan interpretasi rendah, dimana hal ini menunjukkan bahwa rendahnya kepuasan pelanggan di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama.
- a. Persepsi konsumen atas indikator “saya puas dengan Sambal bakar Indonesia Pasar Lama” dinilai rendah. Hal ini berarti konsumen merasa tidak puas dengan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama
 - b. Persepsi konsumen atas “saya menikmati waktu saya di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama” dinilai rendah. Hal ini berarti konsumen tidak menikmati waktunya di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama
 - c. Persepsi konsumen atas “kualitas makanan dan layanan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memenuhi keinginan harapan saya” dinilai sangat rendah. Hal ini berarti konsumen merasa kualitas makanan dan pelayanan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan
 - d. Persepsi konsumen atas “saya puas dengan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama secara keseluruhan” dinilai rendah. Hal ini berarti konsumen merasa tidak puas secara keseluruhan pada Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama
5. Pengaruh Persepsi Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil SEM-PLS, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas makanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Pengaruh signifikan dapat diketahui dari nilai *t-statistic* dan *p-value* yang sudah memenuhi kriteria. Berdasarkan uji R^2 yang sudah dilakukan, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan lemah sementara, variabel niat beli ulang berpengaruh signifikan kuat. Kemudian, nilai *path coefficient* yang lebih dari 0, menunjukkan pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah penulis jelaskan sebelumnya, berikut adalah saran yang diharapkan bisa menjadi masukan untuk restoran Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama. Beberapa saran yang diajukan oleh penulis bertujuan untuk meningkatkan dimensi yang memiliki nilai buruk. Berikut adalah sarannya, yaitu:

1. Kualitas Pelayanan

Hasil analisis kualitas pelayanan memiliki persepsi buruk dibandingkan variabel kualitas makanan. Sehingga, kualitas pelayanannya perlu diperbaiki.

a. Pada dimensi *reliability*, kasir di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama perlu mengecek tagihan secara benar sebelum diserahkan kepada pelanggan. Lalu, kasir juga perlu memberikan struk kepada pelanggan agar pelanggan mengetahui secara jelas apa pesananan mereka dan bisa cek sebelum melakukan pembayaran.

b. Dimensi *responsiveness*, pramusaji perlu menanggapi permintaan konsumen dengan cepat. Pramusaji harus berusaha dalam memenuhi apa yang diinginkan konsumen seperti saat pelanggan ingin memesan makanan atau menanyakan terkait makanan atau minuman yang mereka pesan. Menurut Khoirista *et al.*, (2015:2), *responsiveness* adalah kemampuan bagi seseorang yang menyediakan jasanya untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan.

c. Dimensi *empathy*, pramusaji perlu memperhatikan apa yang diinginkan pelanggan tanpa mereka minta. Pramusaji harus sering mengecek kondisi meja pelanggan, dengan itu mereka akan mengetahui apa yang dibutuhkan tanpa diminta.

2. Kualitas Makanan

Hasil analisis kualitas makanan memiliki persepsi buruk. Hal ini menunjukkan kalau kualitas makanan di Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama perlu diperbaiki.

a. Pada dimensi *freshness*, tekstur makanan yang disajikan bisa lebih diperhatikan lagi oleh koki Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama. Tekstur makanan harus dicek renyah dan empuk sebelum disajikan kepada pelanggan. Berdasarkan Gambar 5.1, Sambal Bakar Mang Ujang memiliki daging dada ayam yang dalamnya tidak kering.

Gambar 5.1

Ulasan Sambal Bakar Mang Ujang



Sumber: Dokumentasi Penulis (2023)

b. Pada dimensi *presentation*, koki perlu membuat hiasan pada makanan dengan sesuai agar terlihat menarik di mata pelanggan. Penggunaan sayur – sayuran bisa membantu dalam *garnish* makanan. Lalu, bentuk makanan dari yang disajikan harus terlihat menarik dengan porsi yang sesuai untuk pelanggan.

Gambar 5.2

Makanan Sambal Bakar Mang Ujang



Sumber: pergikuliner.com

3. Kepuasan Pelanggan

Pada analisis variabel kepuasan pelanggan, diketahui bahwa pelanggan Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama memiliki persepsi rendah mengenai kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan masih banyak kekurangan dari kualitas pelayanan

dan kualitas makanan yang diberikan oleh Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama dibandingkan dengan restoran sambal bakar lainnya, mulai dari kasir yang tidak mengecek tagihan secara akurat, pramusaji yang tidak cepat dalam menanggapi permintaan konsumen, tekstur makanan yang keras, porsi makanan yang disajikan berbeda-beda, dan masih ada beberapa lagi. Maka dari itu, restoran Sambal Bakar Indonesia, Pasar Lama perlu melakukan perbaikan seperti yang sudah dijelaskan pada poin pertama.

DAFTAR PUSTAKA

- AB, R., & Wowor, C. P. (2011). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Service (Empirical Study at Celebrity Fitness Jakarta). *Journal of Business Strategy and Execution*, 3(2), 154–175.
- Alexandro, R., Hariatama, F., & Norliana, E. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Panca Rasa Puruk Cahu. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 353–361.
- Alifah, I. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere, Food Quality Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Anugrah, M. F. (2015). The Influence of Service Quality to Customer Satisfaction Toward Customer Loyalty (A Study on Customer of PT. Bank Central Asia Borobudur Branch Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2), 1–10.
- Aurelia, F., & Nawawi, M. T. (2021). Pengaruh Customer Satisfaction, Perceived Value, dan Trust Terhadap Online Repurchase Intention pada Fashion di Instagram di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 117–126.
- Awi, Y. L., & Chaipoopirutana, S. (2014). *A study of Factors Affecting Consumer's* Minat beli ulang toward Xyz Restaurant, Myanmar. International Conference on Trends in Economics, Humanities and Management, 5(21), 181-185.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang.
- Berliana, F., & Mashadi. (2022). Pengaruh Service Quality dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention pada Restaurant Pochajjang Bogor di Masa Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 285–292.
- Bodroastuti, T. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1).
- Darwati, W., Adnan, A., & Rachman, S. (2021). Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Matahari Departmen Store Sukabumi. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAND)*, 3(2), 77-90.

- Desiyanti, N. L., Sudja, I. N., & Martini, L. K. B. (2018). Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Delight and Customer Loyalty (Study on LPD Desa Adat Sembung and LPD Desa Adat Seseh). *International Journal of Contemporary Researach and Review*, 9(3), 20660–20668.
- Dewi, A. M. (2022). Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia. Retrieved May 13, 2023, from Kementerian Keuangan Republik Indonesia website: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalu/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html#:~:text=Industri makanan dan minuman di,Rp1%2C12 kuadriliun pada 2021>
- Dwianto, A. S., & Purnamasari, P. (2018). Analysis The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction of Domestic Postal Parcels at Kantor Pos Banjarmasin. *Proceeding International Seminar on Accounting Society*, 1–8.
- Febrianna, A. (2022). Sambal Bakar Indonesia “Iben Ma” Raih Pendanaan Rp 15 Miliar, Siap Lakukan Ekspansi Bisnis. Retrieved May 13, 2023, from Daily Social website: <https://dailysocial.id/post/sambal-bakar-indonesia-iben-ma-raih-pendanaan-rp15-miliar-siap-lakukan-ekspansi-bisnis>
- Ferdinand, A. (2002). Manajemen pemasaran (1st ed.) Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ginting, D. B. (2009). Structural Equation Model (SEM). *Media Informatika*, 8(3), 121–134.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan, I. (2022). Dapat Modal Rp 15 Miliar, Ini Langkah Sambal Bakar. Retrieved May 13, 2023, from Bisnis.com website: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20221030/12/1592798/dapat-modal-rp15-miliar-ini-langkah-sambal-bakar#:~:text=Sambal Bakar Indonesia adalah restoran,baru dibuka pada Juli 2022>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis. PT. Inkubator Penulis Indonesia
- Hamidi, D. Z., & Prakoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan

- Konsumen. *Jurnal Ekonomak*, 4(2), 1–18.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S., & Ray, S. (2021). An Introduction To Structural Equation Modeling. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using R: a workbook, 1-29.
- Hendarsono, G. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Hidayat, D., Bismo, A., & Basri, A. R. (2020). The Effect Of Food Quality And Service Quality Towards Customer Satisfaction And Repurchase Intention (Case Study Of Hot Plate Restaurants). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(01), 01-09.
- Huang, P. L., Lee, B. C. Y., & Chen, C. C. (2019). The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty in B2B Technology Service Industry. *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(13), 1449–1465.
- Juniwati, J. (2015). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Enjoyment dan Trust terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 140-156.
- Kakisina, M., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan Kfc Cabang Kakialy Di Ambon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1118-1126.
- Khuzaifah, H., Hendrati, I. M., & Purwanto, S. (2023). The Effect of Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention through Customer Satisfaction Citilink Juanda Airport Surabaya. *Jurnal Pamator*, 6(1), 49–63.
- Khoirista, Afrinda Yulianto Edy dan Mawardi, M. Kholid. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25, h. 1- 7

- Kurniawan, P. A. (2019). Pemeriksaan Operasional Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Makanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Restoran K.
- Kotler & Armstrong, (2018), Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Laia, P. V. B. T., & Handini, S. (2022). The Influence of Product Quality, Service Quality and Perceived Quality on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as Intervening Variables at XXYZ Surabaya Store Customers. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 12(1), 35–39.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). The Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 182–188.
- Muliawan, S. (2018). Pengaruh Food Quality dan Ketersediaan Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Sari Roti di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 6.
- Mulyana, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan. *AGORA*, 7(2), 1–8.
- Mustajab, R. (2022). Data Konsumsi Cabai Rawit oleh Rumah Tangga di Indonesia (2015-2022). Retrieved from dataindonesia.id.
- Naufal, H. D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Food Quality Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Nasi Goreng Mafia Cabang Dipatiukur.
- Nugrahani, Farida. 2014. Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Solo: Cakra Books
- Parasuraman, Valarie A., Zeithmal dan Leonard L, Berry. 1998. Servqual A Multipel Item Scale For Measuring Customer Perseption of Service Quality. *Jurnal of Relating*.

- Pergi Kuliner.(n.d). Retrived from Pergi Kuliner:
<https://pergikuliner.com/restaurants/tangerang/sambal-bakar-indonesia-kota-tangerang>
- Pradnyana, I. D. P. R. W. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Po. Purnayasa. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 3(1), 46-58.
- Pramiswari, I. A. M. D. D., Amir, F. L., & Paramita, P. D. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(6), 1337-1356.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS Procedures For Estimating Indirect Effects In Simple Mediation Models. *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 36, 717-731.
- Purba, W. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Ji Long Restaurant Grand City Hall Medan. *Jurnal Online Mahasiswa*, 1(1), 88–99.
- Putri, V. P. (2015). Influence of Trust and Customer Satisfaction on Repurchase Intention at Online Shop in The Facebook. *Manajemen Bisnis*, 5(2), 33–42.
- Ramdhani, W. K., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Internet Nethost Dayeuh Kolot Bandung. *eProceedings of Management*, 3(1).
- Rizaty, M. A. (2022). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% pada Kuartal III/2022. Retrieved May 13, 2023, from Data Indonesia website: <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-357-pada-kuartal-iii2022>
- Ruswanti, E. (2012). Pengaruh Service Quality dan Customer Satisfication terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Widya*, 29(3), 49-54.
- Sabilla, D. S. (2023). Pengaruh Service Quality, Store Atmosphere, Price Fairness, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty pada Industri Coffee Shop Di Kalangan Anak Muda DKI JAKARTA. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 889-902.
- Salsabila, C., Umbara, T., & Setyorini, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Somethinc. *Publik: Jurnal Manajemen*

- Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 668–679.
- Santoso, J. E. (2016). Pengaruh Food Quality, Service Quality, Price Promotion, Dan Customer Satisfaction Terhadap Repeat Purchase Intention Restoran Solaria. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 71.
- Satriandhini, M., Wulandari, S. Z., & Suwandari, L. (2019). The Effect of Perceived Value and Service Quality on Repurchase Intention through Go-food Consumer Satisfaction: A Study on The Millennial Generation. *International Conference on Rural Development and Entrepreneurship 2019: Enhancing Small Business and Rural Development Toward Industrial Revolution 4.0*, 770–781.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.
- Selamat Datang di Sambal Bakar Indonesia. (2022). Retrieved May 13, 2023, from Sambal Bakar Indonesia website: <https://www.sambalbakarindonesia.com/>
- Setiawan, M. F. (2013). Analisa Pengaruh *Food Quality* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Setiawati, S., Guspul, A., & Meftahudin, M. (2020). Pengaruh Service Quality, Food Quality, Price Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Eatbox Kitchen Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 335-342.
- Setyowati, E. O. T., & Respati, A. D. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Komputer *Self Efficacy*, dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1), 63-75.
- Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sinollah, Sinollah, and Masruro Masruro. "Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual–Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kapanjen)." *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 4.1 (2019): 45-64.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung:

Alfabeta.

- Sumara, R., & Salim, L. (2020). Service Quality, Customer Satisfaction, Brand Trust and Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(2), 493–514.
- Sumardy, K. D., Marpaung, N., & Dirbawanto, N. D. (2022). Pengaruh Label Halal, Food Quality dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(1), 39-49.
- Sumiyati, & Zabella, Z. (2023). The Effect of Customer Satisfaction on Repurchase Intention E-Money in Pontianak City. *International Journal Papier Public Review*, 4(1), 008–020.
- Syafi'i, A., Husen, S., & Khotimah, K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Graha Ponsel Vanflosel. *Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 12-17.
- Syahsudarmi, S. (2022). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study. *International Journal of Indonesian Business Review*, 1(1), 29–37.
- Tania, C. (2018). Pengaruh Persepsi atas Food Quality Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen: Studi Penelitian Cafe Tree House Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Cv. Andi
- Tufahati, N., Barkah, C. S. A., Tresna, P. W., & Chan, A. (2021). The Impact of Customer Satisfaction on Repurchase Intention (Surveys on Customer of Bloomythings). *Journal of Business & Applied Management*, 14(2), 177-186.
- Utami, I. A. S., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1984–2000.
- Walter, W. M., Catignani G.L., Leslie E dan Porter D. H. 2010. Protein Nutrition Value of Sweet Potato Flour. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*
- Weliani, S. (2015). Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation, Dan Physical Environment, Terhadap Repurchase Intention, Melalui Customer Satisfaction. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 39-61.
- Wijaya, A. H., & Hapsari, R. D. V. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk

dan Promosi Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Erigo. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(3).

Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D'fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 225-238.

Winarjo, H. (2017). Pengaruh Food Quality dan Atmosphere Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Café Intro di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 6.

Wulandari, S., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).