



Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sakhi's Coffee & Resto Di Kota Medan

Analysis of Factors Affecting Sakhi's Coffee & Resto's Consumer Satisfaction In Medan City

Adelina Lubis¹⁾ *, Sari Bulan Tambunan²⁾, & Muslim Wijaya³⁾

1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

2) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

3) Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Sakhi's Coffee & Resto. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Sakhi's Coffee & Resto sebanyak 100 konsumen. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto, variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto, variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto. Nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,363 angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 36,3%. Kepuasan konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Sisanya 63,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to analyze the factors that affect the consumer satisfaction of Sakhi's Coffee & Resto. The sample in this study were 100 people Sakhi's Coffee & Resto consumers. The analytical technique used in this study is descriptive analysis and multiple linear regression test. The results of this study indicate that the product quality variable partially has a positive and significant effect on Sakhi' Coffee & Resto consumer satisfaction, the service quality variable partially has a positive and significant effect on customer satisfaction. Sakhi' Coffee & Resto consumer satisfaction, the price variable partially has a positive and significant effect on Sakhi' Coffee & Resto consumer satisfaction. The Adjusted R Square value obtained is 0.363 this figure shows that it is 36.3%. Consumer satisfaction (the dependent variable) can be explained by the variables of product quality, service quality and price. The remaining 63.7% is influenced by other factors not described in this study.

Keywords: Product Quality; Service Quality; Customer Satisfaction.

How to Cite: Lubis, A. Tambunan, S.B. & Wijaya, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sakhi's Coffee & Resto Di Kota Medan. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(2) 2021: 109-115,



PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Kota Medan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Gaya hidup masyarakat modern yang semakin dinamis membuat pergeseran dalam banyak hal, salah satunya dalam hal gaya hidup. Salah satu bisnis yang sedang berkembang adalah bisnis resto atau cafe. (Lestari dkk, 2020; Nabilah dkk, 2020). Keberadaan bisnis resto/cafe yang semakin bertambah menjadi bukti semakin ketatnya persaingan tersebut di wilayah kota medan (<https://www.wartaekonomi.co.id/read220923/pertumbuhan-usaha-kuliner-di-medan-kian-berkembang>).

Menangkap peluang ini dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis semakin berminat dalam mengelola usahanya. Dimana kehadiran pelaku bisnis ini dimulai yang paling sesuai dengan trend dan gaya hidup. Suasana cafe yang nyaman, pilihan menu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bagi masyarakat untuk memilih cafe sebagai tempat refreshing. (Ginting dkk, 2020; Sitepu dkk, 2020).

Dalam menghadapi lingkungan persaingan semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu meramu serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-menerus serta berkelanjutan. Hal ini yang dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan bersaing. Untuk dapat bertahan dan berkembang, pengelola bisnis dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk, pelayanan, dan harga dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis. Apabila tuntutan ini tidak terpenuhi maka bisnis ini tidak akan dapat bertahan hidup. (Jonathan & Effendi, 2020; Brahamana dkk, 2020).

Sakhî's Coffee & Resto merupakan salah satu cafe yang ada di Kota Medan, tingkat pendapatan di Sakhî's Coffee & Resto setiap bulan mengalami penurunan jumlah pendapatan, tabel 1 menunjukkan jumlah tingkat pendapatan Sakhî's Coffee & Resto dari bulan Januari – Juni Tahun 2021 adalah :

Tabel 1. Jumlah Pendapatan Sakhî's Coffee & Resto Bulan Januari-Juni 2020

Bulan	Jumlah Pendapatan
Januari	Rp. 35.056.000,-
Februari	Rp. 31.493.000,-
Maret	Rp. 30.456.000,-
April	Rp. 32.000.600,-
Mei	Rp. 30.279.000,-
Juni	Rp.29.537.000,-

Berdasarkan analisis tabel 1 dapat dinyatakan bahwa jumlah pendapatan dari Sakhî's Coffee & Resto mengalami angka fluktuatif. Bila perusahaan bisa lebih meningkatkan kualitas produk dengan harga yang lebih terjangkau oleh para konsumen dan meningkatkan pelayanan, maka secara tidak langsung tingkat kepuasan para pelanggan akan tercapai. Dengan begitu akan lebih meningkatkan pendapatan bagi usaha itu sendiri. (Lubis, 2014; Wijaya, 2017).

Kualitas produk merupakan totalitas dan karakteristik untuk memuaskan kebutuhan, kualitas produk merupakan ketahanan suatu produk, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut-atribut nilai lainnya (Kotler & Keller, 2012). Dari sudut pandang pemasaran, kualitas harus diukur sehubungan dengan persepsi kualitas para pembeli (Hermawan, 2011). Usaha bisnis yang mampu memberikan kualitas produk yang tinggi akan lebih memberi keuntungan dibandingkan dengan kualitas produk rendah. Konsumen akan bersedia membeli asalkan kualitas produk baik. Kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk. Kualitas produk yang baik memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk dalam hal ini adalah dari aneka makanan dan minuman yang ada di Sakhî's Coffee & Resto. (Sihaloho & Utama, 2016; Rahman dkk, 2020).

Selanjutnya menurut Parasuraman, Zeitaml, dan Berry (dalam Lovelock, 2004) terdapat lima dimensi kualitas layanan yang disebut SERVQUAL yang terdiri dari aspek-aspek TERRA, yaitu

tangible (bukti fisik), empathy (empati), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), dan assurance (kepastian). Sakhi' Coffee & Resto telah menjalankan kelima aspek TERRA tersebut, namun masih banyak kekurangan dalam hal pelayanannya.

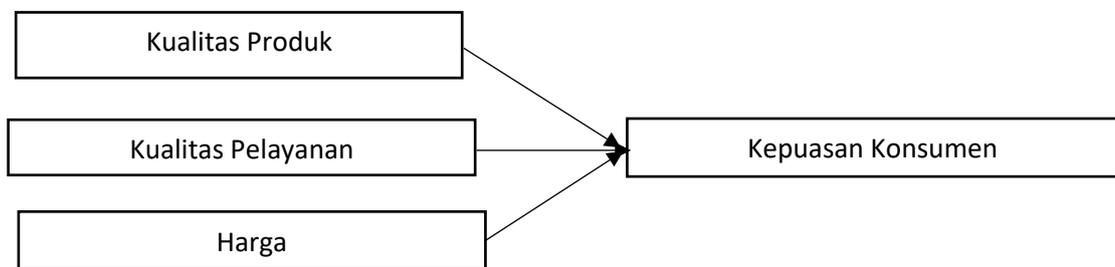
Harga juga merupakan faktor yang sangat penting karena penempatan harga dapat menjadi keunggulan strategi untuk bersaing secara efektif, tinggi rendahnya harga akan mempengaruhi tingkat penjualan (Tjiptono, 2015). Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam pemasaran, kepuasan telah menjadi subjek penelitian konsumen yang dilakukan banyak usaha bisnis untuk mengetahui apakah keinginan dari konsumen. Konsumen yang puas terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga akan memberikan keuntungan untuk usaha. Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa bila kinerja sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas (Hayati & Hakim, 2014).

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah pendekatan asosiatif dan kuantitatif, Penelitian ini dilakukan di Sakhi' Coffee & Resto yang beralamatkan di Jln. Bahagia, No.12 Kota Medan. Sampel dari penelitian ini berjumlah 100 konsumen dengan kriteria sudah pernah datang lebih dari 1 kali ke Sakhi' Coffee & Resto dan memiliki kartu member Sakhi' Coffee & Resto. Sampel penelitian ini menggunakan seluruh jumlah populasi yaitu berjumlah 100 responden. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *library research*, *observation*, dan daftar pertanyaan (*questionnaire*) dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket..

Berikut ini kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum data responden diolah lebih dalam, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap 30 angket. Hasil dari uji validitas menyatakan bahwa hasil dari setiap indikator – indikator variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai koefisien korelasi di atas 0,361 dan nilai sig di bawah 0,05. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas juga menyatakan bahwa data-data yang diperoleh telah dinyatakan reliable dengan hasil cronbach's alpha di atas 0,6.

Analisis Deskripti Profil Responden

Tabel 2. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-Laki	30	30%
Perempuan	70	70%
	100	100

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa mayoritas pelanggan dari Sakhi' Coffee & Resto adalah perempuan. Hal ini disebabkan tata letak Sakhi' Coffee & Resto terdapat banyak kos putri, sehingga lebih banyak responden perempuan datang ke Sakhi' Coffee & Resto karena melihat dari segi keamanan dan kenyamanan untuk mengerjakan tugas atau sekedar mengobrol tapi tidak jauh dari tempat kos.

Tabel 3 Deskripsi Usia Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
< 20 Tahun	31	31 %
21-30 Tahun	44	44 %
31-40 Tahun	15	15 %
> 40 Tahun	10	10 %
	100	100

Hasil dari Tabel 3 menggambarkan bahwa mayoritas pelanggan yang datang ke Sakhi' Coffee & Resto masih berusia muda di bawah 30 tahun. Hal ini di sebabkan karena market dari Sakhi' Coffee & Resto adalah anak muda, hal itu terlihat dari interior yang di tonjolkan yaitu berbentuk minimalis dan elegant membuat anak muda sering datang berkunjung.

Uji Statistik

Uji statistik menggunakan model analisis regresi linear berganda menggunakan alat bantu aplikasi Softwaren SPSS 20.00 for Windows Berdasarkan pengujian menggunakan program SPSS Statistics 22.00 for windows, maka hasil persamaan regresi linear berganda penelitian dapat dilihat pada Tabel 4 yaitu :

Tabel 4 Nilai Coefficients

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	Toleran ce VIF
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	edT	Sig.			
	B	Std. Error						
1	(Constant)	-.270	2.957		-.125	.901		
	Kualitas Produk	.128	.101	.170	2.251	.026	.944	1.059
	Kualitas Pelayanan	.323	.100	.338	4.230	.000	.844	1.185
	Harga	.249	.058	.339	4.323	.000	.877	1.140

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = -270 + 0.128X_1 + 0.323X_2 + 0.249X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta bernilai -270 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas (X₁, X₂ dan X₃) maka kepuasan konsumen (Y) akan bernilai -270.
2. Nilai koefisien yang bertanda positif menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel bebas (X₁, X₂ dan X₃) maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan semakin tinggi
3. Nilai koefisien regresi yang bertanda negatif menunjukkan bahwa semakintinggi nilai variabel

- bebas (X1, X2 dan X3) maka nilai kepuasan konsumen (Y) semakin rendah.
4. Koefisien X1 (β_1) = 0,128 ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,128.
 5. Koefisien X2 (β_2) = 0,323 ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel kepercayaan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,323.
 6. Koefisien X3 (β_3) = 0,249 ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel harga sebesar satu satuan maka meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,249.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,1$). Kriteria pengujianya adalah : Dimana : $t_{hitung} > t_{tabel}$ = Jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat $t_{hitung} < t_{tabel}$ = Jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 5. Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.370	2.957		-.125	.901	
	Kualitas Produk	.228	.101	.170	2.251	.026	.944
	Kualitas Pelayanan	.423	.100	.338	4.230	.000	.844
	Harga	.249	.058	.339	4.323	.000	.877

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh :

1. Variabel Bebas X1 (Kualitas Produk). Nilai t_{hitung} diperoleh 2,251 dimana nilai t_{table} pada α 5% yakni 1,657 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 2,251 > t_{table} 1,657 dan nilai p -value pada kolom sig. 0,010 < 0,05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sakhi' Coffee & Resto.
2. Variabel Bebas X2 (Kualitas Pelayanan). Nilai t_{hitung} diperoleh 4.230 dimana nilai t_{table} pada α 5% yakni 1,657 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 4.230 > t_{table} 1,657 dan nilai p -value pada kolom sig. 0,000 < 0,05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sakhi' Coffee & Resto.
3. Variabel Bebas X3 (Harga). Nilai t_{hitung} diperoleh 4.323 dimana nilai t_{table} pada α 5% yakni 1,659 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t_{hitung} 4.323 > t_{table} 1,659 dan nilai p -value pada kolom sig. 0,000 < 0,05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sakhi' Coffee & Resto.

Koefisien Determinasi

Hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) adalah :

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.616a	.379	.363	2.4210

Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan
Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,363. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 36,3%. Kepuasan konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel faktor kualitas pelayanan dan harga. Sisanya 63,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto dengan t hitung sebesar 2,251. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto dengan t hitung sebesar 4,230. Variable harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto dengan t hitung sebesar 4,323. Hal ini berarti bahwa adanya kualitas produk, kualitas layanan yang baik dan harga yang terjangkau akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sakhi' Coffee & Resto. Koefisien determinasi, dapat dilihat nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,363. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 36,3%. Kepuasan konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel faktor kualitas pelayanan dan harga. Sisanya 63,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukmawati (2018) menyimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan garden Cafe koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Kemudian penelitian oleh Tjoanoto (2013) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Jade Imperial. Penelitian yang dilakukan oleh Widjoyo dan Rumambi (2013) yang meneliti analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan drive thru McDonald's Basuki Rahmat Surabaya. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Aulia (2017) menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Amanda Brownies.

SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dan hasil pengolahan data dalam penelitian, maka variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto; Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto; Variable harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sakhi' Coffee & Resto; Nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,363 angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 36,3%. Kepuasan konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Sisanya 63,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 6 (5).
- Br Sitepu, A., Effendi, I., & Tarigan, E. (2020). Analisis Risiko Investasi terhadap Return Saham pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2).
- Br. Ginting, S., Effendi, I., & Amelia, W. (2020). PENGARUH SERVICE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI BPR LAKSANA ABADI SUNGGAL. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2).
- Brahamana, N., Miftahuddin, M., & Prayudi, A. (2020). Analisis Profitabilitas Dalam Pemberian Kredit Pada Koperasi Kredit Unam Berastagi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 131-140
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Hayati, Y.H., & Hakim, A.L. (2014). Pengaruh Diskriminasi Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Kartu Perdana IM3 Pada PT. Nusapro Telemedia Persada Bogor. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi)* 1(2),58-67.
- Hermawan, B. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas <https://www.wartaekonomi.co.id/read220923/pertumbuhan-usaha-kuliner-di-medan-kian-berkembang>

- Jonathan, D., & Effendi, I. (2020). ANALISIS PENGELOLAAN KAS DALAM UPAYA MENJAGA TINGKAT LIKUIDITAS PERUSAHAAN BONGKAR MUAT (PBM) PT. TAO ABADI JAYA JAKARTA PERIODE TAHUN 2011-2016. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 41-50
- Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan* (2), 9–17
- Kotler, Philip & Keller, K.L., 2012. *Marketing Management*. 14 Ed. Prentice Hall
- Lestari, M., Nasution, A., & Lubis, A. (2020). Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Nanda Soto Sei Blutu Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 121-130
- Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz. (2004). *Service marketing 5th edition people, technology, strategy*. New York : Pearson.
- LUBIS, A. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 1(1), 29-36. doi:<https://doi.org/10.31289/jkbm.v1i1.1398>
- Nabilah, S., Lubis, A., & Tarigan, E. (2020). PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AROMA BAKERY & CAKE MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 181-190
- Rahman, A., Fathorrahman, F., & Karnawati, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja, Praktik Sumber Daya Manusia dan Pasar Tenaga Kerja terhadap Keinginan Pindah Kerja Karyawan. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), 164-178. doi:<https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3553>
- Sihaloho, S., & Utama, A. (2016). PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CARREFOUR CITRA GARDEN MEDAN. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 2(2). doi:<https://doi.org/10.31289/jab.v2i2.249>
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Pendidikan dan Ekonomi* , 7 (2).
- Tjoanoto. (2013). Pengaruh service quality terhadap customer satiffaction di restoran jade imperial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 3 (1). 8
- Widjoyo & Rumambi. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan drive thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(1). 10.
- Wijaya, M. (2017). PENGARUH SISTEM REKRUTMEN DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT. KIMIA FARMA PLANT MEDAN. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 3(2), 123-130. doi:<https://doi.org/10.31289/jkbm.v3i2.417>