

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE & RESTO CALDERA BALIGE DI KOTA BALIGE

Vijai Kumar Napitupulu¹, Ester Mawar Siagian², Hotlin Siregar³

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: vijainapitupulu0@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: estermawarsiagian@gmail.com

³Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: hotlinsiregar04@gmail.com

Abstrak –Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe & Resto Caldera Balige. Populasi dalam penelitian ini adalah 22.573 data jumlah konsumen yang berkunjung pada Cafe & Resto Caldera Balige dan sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan Rumus Slovin. Data penelitian ini diolah menggunakan program SPSS 20.0. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui masing-masing pengaruh dari kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Cafe & Resto Caldera Balige baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige sebesar r -hitung 0,361 > r -tabel 0,196 pedoman interpretasi koefisien korelasi, maka koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,361 termasuk kategori Lemah. Variabel Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Cafe Resto Caldera Balige sebesar r -hitung (0,282) > r -tabel (0,196) pedoman interpretasi koefisien korelasi, maka koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,282 termasuk kategori Lemah. R square sebesar 0,135 atau sebesar 13,5% dan sisanya 86,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti. Hasil nilai regresi adalah $Y = 20,599 + 0,447X_1 + 0,092X_2$, menunjukkan bahwa jika x (kualitas pelayanan dan lokasi) konstan atau jika $x=0$ maka akan naik sebesar 20,599. Nilai t -tabel (1,984) sesuai dengan syarat pengujian hipotesis t -hitung (2,494) > t -tabel (1,984) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (variabel X1) terhadap Kepuasan Konsumen (variabel Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige maka hipotesis penelitian diterima, hipotesis t -hitung (0,765) < t -tabel (1,984) dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Lokasi (variabel X2) terhadap Kepuasan Konsumen (variabel Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige maka hipotesis penelitian ditolak. Nilai f -tabel (3,090), untuk menguji pengaruh faktor Kualitas pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan konsumen (Y) f -hitung diperoleh sebesar (7,586) maka dapat disimpulkan f -hitung (7,856) > f -tabel (3,090) maka hipotesis penelitian iniditerima.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis dibidang usaha kuliner semakin menjadi panorama yang sangat global ditengah kebutuhan masyarakat, baik itu dikalangan orang dewasa juga para pelajar yang sudah menjadi adat atau norma untuk kumpul atau nongkrong pada café dan restoran. Sehingga norma ini menciptakan para pengusaha untuk melirik usaha cafe dan menjadikan

motivasi untuk menuntut keras bagi para pengusaha cafe menjadi semakin kreatif dalam mengembangkan berbagai usahanya.

Salah satu unit usaha kuliner yang akan diteliti oleh penulis adalah Café & Resto Caldera Balige. Cafe merupakan jenis bidang usaha bisnis yang dikelola baik oleh perorangan ataupun bersama yang menawarkan penjualan makanan dan minuman kepada para konsumen

guna mendapatkan keuntungan yang di harapkan oleh pengusaha bisnis. Setiap pengusaha bisnis di tuntut untuk bisa memiliki rasa peka yang total terhadap keinginan konsumen, terlebih terhadap cafe yang awalnya hanya disediakan untuk kedai kopi, kini semakin beralih fungsi menjadi tempat berkumpul, tempat nongkrong hingga sebagai tempat menikmati hidangan /*dinner*.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Sartika Moha dan Sjendry Loindong mengatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan mempunyai efek positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi menurut Kotler dan Armstrong pada riset yang telah dilakukan oleh Imam Haromain dan Heru Suprihadi mengatakan bahwa place (tempat) adalah aneka macam aktivitas perusahaan dalam menciptakan produk yang dihasilkan/dijual bisa dijangkau serta tersedia bagi target pasar.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil dari riset terdahulu dalam pemaparan permasalahan yang sudah diuraikan, untuk itu penulis tertantang buat membahas riset menggunakan judul “ **Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Café & Resto Caldera Balige di kota Balige**”.

2. URAIAN TEORITS Manajemen Pemasaran

Menurut Daryanto (2011) menjelaskan “Manajemen pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang memiliki nilai antara satu dengan yang lain”.

Selanjutnya menurut Kotler dan Keller (2017:6) “Manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik”.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan melakukan analisis, perencanaan, dan pengendalian program dengan harapan agar tujuan perusahaan bisa tercapai.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Etta Mamang Sangadji (2013 : 99) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan atau jasa merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Selanjutnya menurut Tjiptono (2009) “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”. Menurut Arianto (2018 : 83) “Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan”. Apabila jasa dan pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Lokasi

Menurut Tjiptono dan Chandra (2019 : 130) “lokasi merupakan tempat sebuah perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya untuk dijual terhadap pelanggan”. Selanjutnya dalam riset yang dilakukan oleh Stivani Yanti Atmanegara dkk (2019 : 83) “lokasi yaitu suatu tempat bisnis yang begitu mempunyai dampak terhadap hasrat dari seorang pelanggan agar dapat berkunjung serta berbelanja”.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2003) yaitu “perasaan konsumen, baik berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul ketika membandingkan produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut”. Jika produk itu sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan oleh konsumen, maka kesenangan dan kepuasan akan dirasakan oleh konsumen. Sementara jika setelah mengkonsumsi produk tidak sesuai dengan harapan, maka tentu konsumen tidak merasa puas dengan produk tersebut. Selanjutnya menurut Mowen C. Jhon dan Minor (2002) “Kepuasan konsumen diartikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah memperoleh dan menggunakannya”.

Kepuasan konsumen ini merupakan penilaian

evaluatif setelah pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan produk. Kepuasan konsumen yang ada pada konsumen saat ini adalah dampak dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen. Pada awalnya konsumen hanya membeli sebuah produk kemudian konsumen baru akan menyadari apakah produk tersebut sesuai dengan yang diinginkan atau tidak. Apabila konsumen menyukai produk yang sudah dibeli maka konsumen telah merasakan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, dan sebaliknya apabila konsumen memilih untuk tidak menggunakan kembali atau membeli lagi produk tersebut maka konsumen merasakan ketidakpuasan terhadap produk tersebut .

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019 : 126) menjelaskan bahwa “Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Café & Resto Caldera Balige dari bulan Januari - Desember 2022 sejumlah 22.573 orang.

Menurut Sugiyono (2019 : 127) “Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi”. Jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

= 99,55

maka, sampel dalam penelitian ini digenapkan menjadi 100 orang.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) jenis yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terdiri dari identitas responden juga hasil tanggapan responden tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Café & Resto Caldera Balige.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang penulis peroleh dari

website, laporan-laporandan sebagainya yang tentunya berkaitan dengan penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial

Correlations

		kualitas_pelayanan	lokasi	kepuasan_konsumen
kualitas_pelayanan	Pearson Correlation	1	.627**	.361**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	.627**	1	.282**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004
	N	100	100	100
kepuasan_konsumen	Pearson Correlation	.361**	.282**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas, dapat kita bandingkan r hitung dengan r tabel untuk pengambilan keputusan dimana r tabel diperoleh sebesar 0,196. Kriteria pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, apabila r hitung > dari r tabel, maka terdapat hubungan yang signifikan antar variabel X dengan Variabel Y, dan sebaliknya apabila r hitung < r tabel maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan Variabel Y.

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hubungan antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar r hitung 0,361 > r tabel 0,196 berdasarkan tabel 4.41 pedoman interpretasi koefisien korelasi, bahwa 0,20 - 0,40 tingkat hubungan korelasi berada dikategori lemah. Dengan demikian maka koefisien yang ditemukan sebesar 0,361 termasuk kategori lemah. Jadi terdapat hubungan yang lemah antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige.
- b. Hubungan antara lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,282 > r tabel 0,196 berdasarkan tabel 4.41 pedoman interpretasi koefisien korelasi, bahwa 0,20 - 0,40 tingkat hubungan korelasi berada dikategori lemah. Dengan demikian maka koefisien yang ditemukan sebesar 0,282 termasuk lemah. Jadi terdapat hubungan yang lemah antara lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige.

Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,368 ^a	,135	,117	4,883	,135	7,586	2	97	,001

a. Predictors: (Constant), lokasi, kualitas_pelayanan

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20.0 dapat dilihat bahwa nilai R = 0,368 Ini berarti bahwa terdapat hubungan simultan antara Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan Tabel Koefisien Korelasi Secara Simultan, maka koefisien yang ditemukan sebesar 0,368 termasuk kategori lemah.

Jadi terdapat hubungan yang pasti secara simultan dalam kategori yang lemah antara Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,368 ^a	,135	,117	4,883	,135	7,586	2	97	,001

a. Predictors: (Constant), lokasi, kualitas_pelayanan

Berdasarkan tabel 4.43 diatas hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya angka R Square (R²) adalah 0,135 (13,5%) angka tersebut mengandung bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 13,5%. Sedangkan sisanya (100% - 13,5% = 86,5%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang diteliti.

Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		(Constant)	20,559	4,016		
1	kualitas_pelayanan	,447	,179	,302	2,494	,014
	lokasi	,092	,120	,093	,765	,446

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

Berdasarkan hasil dari perhitungan menggunakan SPSS Versi 20.0 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 20,599 + 0,447X_1 + 0,092X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Y = Konstanta (b) 20,599 menunjukkan bahwa jika X (kualitas pelayanan dan lokasi) konstan atau x = 0, maka akan memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen sebesar 20,599

b₁= Koefisien regresi 0,447 artinya apabila terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan konstan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,447.

b₂ = Koefisien regresi 0,092 artinya apabila terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan dan lokasi maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,092 pada Cafe & Resto Caldera Balige.

Uji Hipotesis (Uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		(Constant)	20,559	4,016		
1	kualitas_pelayanan	,447	,179	,302	2,494	,014
	Lokasi	,092	,120	,093	,765	,446

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

Dalam penelitian ini t tabel diperoleh sebesar 1,984, t- tabel dapat dilihat pada tabel lampiran 6 maka dapat disimpulkan bahwa :

a. Pengaruh X1 terhadap Y

Berdasarkan tabel 4.45 diatas diperoleh signifikansi korelasi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,014. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf kesalahan 5% df =98. Nilai t hitung 2,494 > t tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada cafe & resto caldera balige maka hipotesis penelitian diterima.

b. Pengaruh X2 terhadap Y

Berdasarkan tabel 4.45 diatas diperoleh signifikansi korelasi Variabel Lokasi (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,446. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf kesalahan 5% df= 98. Nilai t hitung 0,765 < t tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada cafe & resto caldera balige maka hipotesis penelitian ditolak.

Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	361,770	2	180,885	7,586	,001 ^b
Residual	2312,980	97	23,845		
Total	2674,750	99			

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen

b. Predictors: (Constant), lokasi, kualitas_pelayanan

Dalam penelitian ini f tabel diperoleh sebesar 3,090, f- tabel dapat dilihat pada tabel lampiran 7. Berdasarkan tabel 4.46 diatas uji F merupakan secara simultan untuk menguji signifikansi pengaruh faktor Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 maka F hitung diperoleh sebesar 7,586. Selanjutnya di konsultasikan dengan f tabel didarkan pada dk

pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1) dan taraf kesalahan yang ditetapkan, bila taraf kesalahan 5% dk= 97. Maka daiperoleh F tabel 3,090 sehingga dapat dinyatakan Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe & Resto Caldera Balige, maka hipotesis penelitian ini diterima

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hubungan antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar r hitung 0,361 > r tabel 0,196 berdasarkan tabel 4.41 pedoman interpretasi koefisien korelasi, bahwa 0,20 - 0,40 tingkat hubungan korelasi berada dikategori lemah. Dengan demikian maka koefisien yang ditemukan sebesar 0,361 termasuk kategori lemah. Jadi terdapat hubungan yang lemahah antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige.
- b. Hubungan antara lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,282 > r tabel 0,196 berdasarkan tabel 4.41 pedoman interpretasi koefisien korelasi, bahwa 0,20 - 0,40 tingkat hubungan korelasi berada dikategori lemah. Dengan demikian maka koefisien yang ditemukan sebesar 0,282 termasuk lemah. Jadi terdapat hubungan yang lemah antara lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige.
- c. Berdasarkan tabel 4.43 diatas hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya angka R Square (R2) adalah 0,135 (13,5%) angka tersebut mengandung bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 13,5%. Sedangkan sisanya (100% - 13,5% = 86,5%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang diteliti.
- d. Hasil nilai regresi adalah $Y = 20,599 + 0,447X1 + 0,092X2$ yang artinya bahwa jika kualitas pelayanan (X1), Lokasi (X2), konstan atau X= 0 maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 20,599.
- e. Nilai signifikansi korelasi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,014. Kemudian nilai tersebut



dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf kesalahan 5% $df = 98$. Nilai t hitung $2,494 > t$ tabel $1,984$ dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Cafe & Resto Caldera Balige. maka hipotesis penelitian diterima.

- f. Nilai signifikansi korelasi Variabel Lokasi (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar $0,446$. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf kesalahan 5% $df = 97$. Nilai t hitung $0,765 < t$ tabel $1,984$ dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada cafe & resto caldera balige maka hipotesis penelitian diterima.
- g. Berdasarkan tabel 4.46 diatas uji F merupakan secara simultan untuk menguji signifikansi pengaruh faktor Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 maka F hitung diperoleh sebesar $7,586$. Selanjutnya di konsultasikan dengan F tabel didarkan pada dk pembilang = k dan dk penyebut = $(n-k-1)$ dan taraf kesalahan yang ditetapkan, bila taraf kesalahan 5% $dk = 98$. Maka diperoleh F tabel $3,090$ sehingga dapat dinyatakan Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe & Resto Caldera Balige, maka hipotesis penelitian ini diterima

Manajemen dan Bisnis Indonesia, Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia, volume 9, nomor 1, hml (79-89)

- [5] C. Mowen, John dan Michael Minor, 2002, **Perilaku Konsumen**, Jakarta : Erlangga.
- [6] Daryanto, 2011, **Manajemen Pemasaran Sari Kuliah**, Bandung: Satu Nusa.
- [7] Ghazali, Imam, 2016, **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20 (Edisi 8), Cetakan ke VII**, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [8] Harding, H. A, 1978, **Manajemen Produksi**, Jakarta : Balai Aksara.
- [9] Indrasari, M ,2019, **Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan**. Surabaya : Unitomo Press
- [10] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2005, **Manajemen Pemasaran. Edisi 11** Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- [11] Tjiptono, Fandy, 2009, **Strategi Pemasaran Jasa**, CV. Yogyakarta: Andi
- [12] Sugiyono, 2019, **Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R & D**, Bandung : Alfabeta

REFERENSI

- [1] A.W. Marsum, 2005, **Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi Empat**, Yogyakarta : Andi.
- [2] Arianto, N, 2018, **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton**, Bogor: Jurnal Pemasaran Kompetitif
- [3] Arikunto, S, 2006, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)**. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- [4] Atmanegara, Stivani Yanti, dkk, 2019, **Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan , dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso**, Jurnal Sains