



**PENGARUH HARGA, KUALITAS MAKANAN, DAN SUASANA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH  
KINDAI MASAKAN BANJAR DI MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Disusun Oleh:**

**YULINDA PUTRI MELINIA**

**NPM. 21801081148**



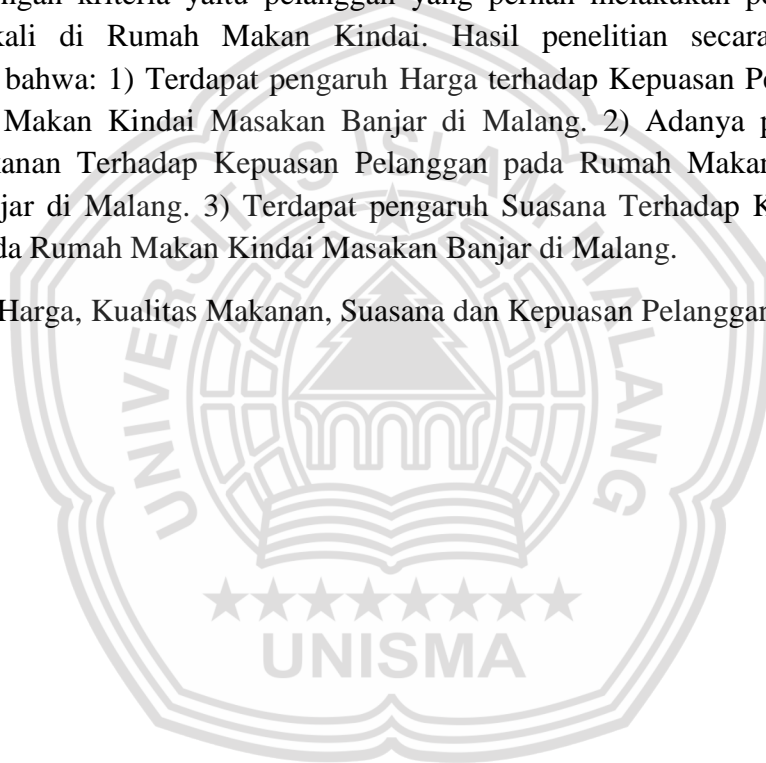
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG**

**2022**

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, Kualitas Makanan dan Suasana pada Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan Rumah Makan Kindai di Malang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner yang menggunakan skala likert, untuk memperjelas variabel yang diukur. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang ditentukan dengan kriteria yaitu pelanggan yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali di Rumah Makan Kindai. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang. 2) Adanya pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang. 3) Terdapat pengaruh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.

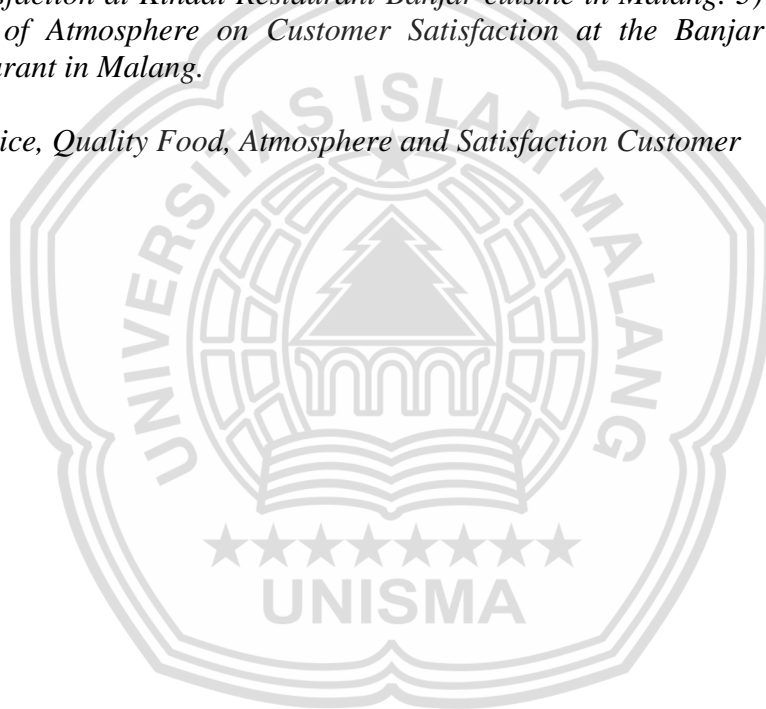
**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Makanan, Suasana dan Kepuasan Pelanggan



## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine how the effect of Price, Food Quality and Atmosphere on Customer Satisfaction at the Kindai Cuisine Banjar Restaurant in Malang. The population in this study consisted of customers of Kindai Restaurant in Malang. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The questionnaire in this study is a questionnaire that uses a Likert scale, to clarify the variables being measured. The data collection method in this study used a purposive sampling technique by distributing questionnaires to respondents who were determined by the criteria, namely customers who had made purchases at least 2 times at Kindai Restaurant. The results of the study partially show that: 1) There is an effect of price on customer satisfaction at the Kindai Cuisine Banjar Restaurant in Malang. 2) The influence of food quality on customer satisfaction at Kindai Restaurant Banjar cuisine in Malang. 3) There is an influence of Atmosphere on Customer Satisfaction at the Banjar Cuisine Kindai Restaurant in Malang.*

**Keywords:** *Price, Quality Food, Atmosphere and Satisfaction Customer*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis kuliner di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat cepat. Dikarenakan adanya ide kreatif dan inovasi yang diciptakan oleh para pengusaha seiring dengan perkembangan zaman (Virdianasari, 2021). Oleh karena itu, ini merupakan peluang yang baik bagi para pebisnis, khususnya yang ingin memulai bisnis di bidang kuliner. Semenjak pandemi Covid-19 melanda Indonesia perekonomian menjadi menurun karena terkena dampak dari pandemi Covid-19 (Kompas.com, 2020). Para pemilik perusahaan kuliner di Indonesia terus beroperasi di masa pandemi ini karena beberapa sektor, termasuk industri kuliner banyak yang telah ditinggalkan, dan persaingan yang semakin ketat di bidang ini juga telah memperlambat penjualan. ★★★★★★

Saat ini para pebisnis kuliner di Indonesia sudah mulai kembali memperbaiki perekonomian yang sempat mengalami kerugian yang cukup drastis, termasuk juga perekonomian di Malang yang saat ini sudah mulai mengalami peningkatan di bidang kuliner. Pemerintah Kabupaten (PemKab) Malang telah menyatakan bahwa UMKM mengalami peningkatan dari segi kuantitas di tengah pandemi Covid-19. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh PemKab Malang jumlah UMKM di Kabupaten Malang pada tahun 2019 didapat sebanyak 425.561, sedangkan pada tahun 2020,

jumlahnya mengalami peningkatan menjadi 427.706 UMKM (MalangTimes, 2021).

Indonesia memiliki keanekaragaman jenis masakan daerah dengan cita rasa dan proses pengolahan yang berbeda-beda, harga bahan baku pun juga terbilang relatif murah serta didukung dengan jumlah populasi penduduk indonesia yang luas, maka dari itu dengan membangun restoran atau rumah makan tersebut akan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan untuk dijadikan usaha sebagai sumber pendapatan (Lucyani, 2020). Salah satu masakan daerah yang dijadikan sebagai usaha rumah makan yaitu Rumah Makan Kindai Masakan Banjar yang terletak di Jalan Perumahan Taman Landungsari Indah, Dusun Bend, Landungsari, Kecamatan Dau, Malang.

Rumah makan merupakan istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan fasilitas gastronomi yang menyajikan makanan kepada masyarakat umum, menyediakan tempat untuk menikmati makanan, dan menetapkan harga tertentu untuk makanan dan pelayanannya (N. Siregar, 2018). Rumah Makan Kindai merupakan usaha kuliner yang menyediakan masakan khas Banjar Kalimantan. Rumah Makan Kindai berpusat di Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2005, sementara untuk cabang Malang didirikan pada tahun 2017. Pemilihan tempat ini karena merupakan salah satu rumah makan yang memiliki rating tinggi pada aplikasi makanan *online* “Gofood” pada periode bulan Juni 2021 hingga Desember 2021, dan menjadi satu-satunya rumah makan Kindai di Malang, selain itu berdasarkan

wawancara yang dilakukan pendapatan pada sebelum pandemi Covid-19 mencapai 250 juta per bulannya.

Berdasarkan wawancara pada Rumah Makan Kindai meskipun saat ini Rumah Makan Kindai mengalami dampak pandemi Covid-19, namun pelanggan yang melakukan pembelian masih terbilang banyak yaitu kurang lebih 150 pelanggan per harinya dengan pendapatan mencapai 75 juta per bulan setelah pandemi Covid-19. Menu yang ada pada rumah makan ini memiliki menu masakan yang tidak kalah enak dengan masakan yang berasal dari rumah makan lain. Dari banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian, beberapa dari mereka melakukan pembelian secara *online* melalui aplikasi makanan *online* seperti *gofood*, *shopeefood*, *grabfood* dan lain-lain.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan Rumah Makan Kindai sempat mengalami penurunan jumlah pelanggan karena terkena dampak pada awal pandemi Covid-19 yang melanda Malang dan sekitarnya. Namun, rumah makan ini tidak mengalami kerugian sama sekali. Sebab, sejak awal pandemi Covid-19 masuk pada kawasan Malang, rumah makan kindai mulai membatasi jumlah produksi makanan yang disediakan. Hal tersebut bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kerugian pada rumah makan ini. Seiring berjalannya waktu jumlah pelanggan yang berkunjung ataupun yang memesan secara *online* pada Rumah Makan Kindai mulai mengalami peningkatan secara perlahan.

Dengan banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Kindai, berarti para pelanggan merasakan kepuasan dengan



produk makanan yang disajikan oleh Rumah Makan Kindai. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena apabila pelanggan merasa puas dengan layanan jasa yang diberikan kemungkinan besar pelanggan akan menetap dalam waktu yang lama (Nurahman, 2021).

Menurut Umar (2005:65) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang dimiliki setelah membandingkan apa yang diterima konsumen dengan harapannya. Pendapat lain mengatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dapat dirasakan apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan terpenuhi, itu dapat mempengaruhi pembelian berulang dan loyalitas berkelanjutan (Band, 1991). Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai antara lain: harga, kualitas makanan dan suasana.

Harga adalah salah satu faktor terpenting untuk memuaskan pelanggan. Dengan menawarkan harga yang relatif terjangkau, konsumen akan bersedia membeli untuk menerima barang/jasa yang ditawarkan. Harga sering dijadikan indikator nilai ketika mengacu pada kegunaan yang dirasakan dari suatu barang atau jasa (Saputra, 2020). Menurut Saladin (2003:94) harga merupakan jumlah yang digunakan sebagai alat tukar berupa uang untuk memperoleh suatu barang atau jasa.

Rumah Makan Kindai memberikan harga yang terjangkau yang tidak membebani para konsumen, tempat makan ini membandrol harga mulai dari Rp. 14.000,- hingga Rp. 34.000,-. Harga yang paling tinggi tersebut

merupakan harga yang menyesuaikan dengan kualitas makanan yang diberikan. Rumah Makan Kindai menetapkan harga dengan menyesuaikan kemampuan para konsumen, harga yang tidak terlalu mahal dan kualitas yang diberikan juga tidak mengecewakan. Dengan memberikan harga yang terjangkau maka pelanggan akan bersedia melakukan pembelian secara berulang pada produk atau jasa yang dijual (Annisaa, 2021).

Harga sangat berpengaruh terhadap jumlah pelanggan setiap harinya, apabila pelanggan yang berkunjung di rumah makan tersebut semakin meningkat maka pelanggan merasa puas dengan kualitas makanan yang diberikan. Keadaan ini juga sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardani (2020) jika harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain juga memberikan bukti bahwa harga berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Pane et al. (2018), jadi harga harus tetap stabil dan kebijakan penetapan harga pun harus diperhitungkan agar bisa dijangkau oleh pelanggan.

Kualitas makanan merupakan nilai dari karakteristik-karakteristik yang dimiliki oleh suatu hidangan dan dapat dirasakan oleh konsumen yang mengkonsumsinya (Bowler, 2001). Mengetahui kualitas makanan penting karena memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis makanan dengan menyajikannya dengan cara yang paling menarik dari segi warna, penampilan, porsi, tingkat kematangan, rasa dan aroma. Kualitas makanan yang disediakan di Rumah Makan Kindai tidak perlu diragukan lagi,



karena kualitas makanan yang diberikan sangat terjamin, mulai dari cita rasa, kebersihan, dan menyediakan berbagai menu masakan lainnya. Menu masakan yang ditawarkan antara lain; Nasi Kuning, Sate Ayam, Soto Banjar, Ayam Panggang, dan berbagai macam minuman mulai dari minuman panas/hangat, minuman dingin, *juice* dan *float*.

Kualitas makanan menjadi salah satu faktor penting untuk dipertimbangkan jika akan membangun bisnis kuliner, dengan adanya kualitas makanan yang baik akan memberikan dampak positif pada persepsi pelanggan (Karisma, 2019). Kualitas makanan berdampak pada kepuasan pelanggan, oleh karena itu alangkah baiknya jika kita menjaga kualitas makanan tersebut sebagai salah satu dasar strategi pasar di Rumah Makan Kindai. Rumah Makan Kindai memiliki beberapa menu andalan yang banyak disukai oleh para pelanggan yaitu Nasi Kuning dan Soto Banjar, menu Nasi Kuningnya memiliki cita rasa yang enak dan bumbunya yang melimpah dengan varian lauk yang bermacam-macam, sedangkan menu Soto Banjar memiliki rasa yang unik dan berbeda dengan soto lain pada umumnya.

Bahan-bahan pembuatan menu masakan dari Rumah Makan Kindai di dapat langsung pada supplier yang kualitas bahannya pun terjamin, jadi tidak perlu diragukan lagi dari segi kualitas, kuantitas dan kebersihan dari menu-menu yang disediakan. Oleh karena itu, kualitas makanan sangat harus dijaga kebersihan dan cita rasa yang diciptakan karena itu menjadi salah satu faktor penting untuk memuaskan para pelanggan. Hal tersebut juga didukung pada

penelitian yang dilakukan oleh Liliani (2020) bahwa kualitas makanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Maka dari itu, apabila kualitas makanan semakin baik, kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan (Zakarian, 2017). Sebaliknya, jika kualitas makanan mengalami penurunan, maka kepuasan pelanggan tidak akan mengalami peningkatan bahkan cenderung menurun. Penelitian lain juga dilakukan oleh Dewa (2019) bahwa kualitas makanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena kualitas makanan termasuk dari salah satu faktor penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, karena dalam kualitas makanan dapat memberikan cita rasa, kesegaran makanan dan kebersihan pada pengolahan makanan.

Suasana memegang peranan yang tak kalah penting yang dapat mendorong suatu bisnis agar pelanggan merasakan kenyamanan jika berada di dalam lingkungan dan membuat pelanggan tertarik dengan suasana yang ada sehingga pelanggan akan kembali mengunjungi tempat tersebut. Menurut Utami (2006:238), suasana adalah rancangan lingkungan atau tempat dengan komunikasi visual, penerangan, warna, musik dan aroma untuk membangun perasaan serta tanggapan pelanggan yang dapat mengubah pilihan konsumen pada pemilihan lokasi tersebut. Begitu pula dengan Rumah Makan Kindai yang membuat suasana tempat tersebut terasa lebih nyaman dan sejuk karena tempatnya yang terbuka atau *outdoor* dengan lokasi yang strategis serta tersedianya tempat parkir. Rumah Makan Kindai mengacu pada konsep rumah makan yang sederhana namun tetap memiliki keunggulan pada

tempatya yaitu kondisi tempat yang ekonomis dan strategis, kebersihan yang terjaga, dan penerangan yang cukup, tentunya pelanggan akan merasa nyaman pada tempat ini. Rumah makan ini cocok untuk dikunjungi oleh semua kalangan bisa dengan keluarga, teman, organisasi dan lain-lain.

Penelitian sebelumnya yang mengambil variabel suasana yang dilakukan oleh Darmanto dan Ariyanti (2020) menunjukkan bahwa suasana dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, agar pelanggan tidak bosan dengan suasana tersebut maka rumah makan harus terus dirancang dan didesain dengan menarik yang disesuaikan dengan keinginan pelanggan dan terus melakukan inovasi. Penelitian lain juga dilakukan oleh Wijaya et al. (2021) yang menyatakan bahwa suasana memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan .

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Makanan dan Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang”** dibutuhkan untuk diteliti.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kindai Masakan Banjar ?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kindai Masakan Banjar ?

- c. Bagaimana pengaruh suasana terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Kindai Masakan Banjar ?

### 1.3 Tujuan penelitian

Mengacu pada rumusan masalah penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.
- c. Untuk menganalisis pengaruh suasana terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut.

- a. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan pengetahuan dan digunakan sebagai informasi dalam bidang manajemen pemasaran mengenai harga, kualitas makanan dan suasana terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.

b. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi untuk terus mempertahankan rasa kepuasan pelanggan dengan memberikan harga terbaik dan meningkatkan kualitas makanan serta suasana untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di masa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur atau perspektif oleh peneliti selanjutnya yang akan menganalisis tema serupa ataupun objek yang sama, sehingga dapat memberikan pembaruan bagi para peneliti dimasa yang akan mendatang.

d. Bagi Pelanggan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk para pelanggan mengenai harga menu, kualitas makanan yang diberikan dan suasana pada rumah makan agar pelanggan melakukan pembelian pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang mengenai harga, kualitas makanan dan suasana, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis sebagai berikut :

- a. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.
- b. Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.
- c. Suasana berpengaruh positif dan signifikan suasana terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.

#### 1.2 Keterbatasan Penelitian

Adanya keterbatasan-keterbatasan dalam pengerjaan penelitian ini yaitu :

- a. Penelitian ini hanya menggunakan variabel harga, kualitas makanan dan suasana sebagai variabel bebasnya dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

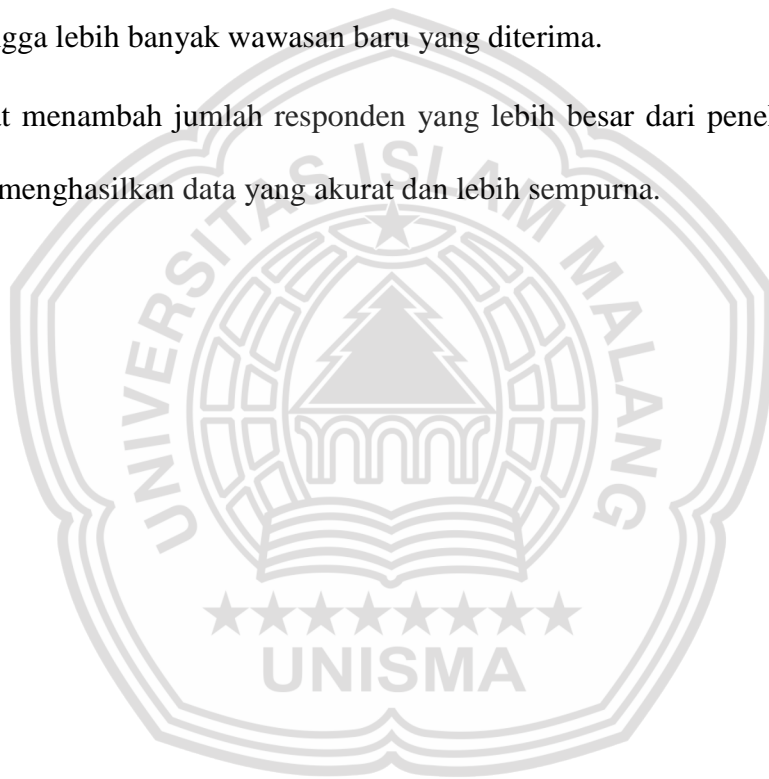


- b. Jumlah responden yang sedikit, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

### 1.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut ini beberapa saran, diantaranya:

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel dalam penelitian sehingga lebih banyak wawasan baru yang diterima.
- b. Dapat menambah jumlah responden yang lebih besar dari penelitian ini agar menghasilkan data yang akurat dan lebih sempurna.



## DAFTAR PUSTAKA

- Annisaa, D. M. (2021). *Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen UD. Adam Jaya Summersuko Lumajang) - Repository UM Jember*. Repository.Unmuhjember. <http://repository.unmuhjember.ac.id/11310/>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. <http://hellis.litbang.kemkes.go.id:8080/handle/123456789/62880>
- Atmoko, T. P. H. (2017). Peningkatan Higiene Sanitasi sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Dhamar Palembang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 1–9.
- Band, W. A. (1991). *Creating value for customers: Designing and implementing a total corporate strategy*. John Walley and Sons Inc, Canada. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Band%2C+William+A.+1991%2C+Creating+value+for+customer%3A+Designing+and+Implementation+a+Total+Corporate+Strategy%2C+John+Walley+and+Sons+Inc%2C+Canada&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Band%2C+William+A.+1991%2C+Creating+value+for+customer%3A+Designing+and+Implementation+a+Total+Corporate+Strategy%2C+John+Walley+and+Sons+Inc%2C+Canada&btnG=)
- Basu, S. (2002). *Swastha: Manajemen pemasaran - Google Cendekia*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty. [https://scholar.google.co.id/scholar?cluster=15358019405980743177&hl=id&as\\_sdt=2005&scioldt=0,5](https://scholar.google.co.id/scholar?cluster=15358019405980743177&hl=id&as_sdt=2005&scioldt=0,5)
- Berman, Barry & Evan, Joel, R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach*. Prentice Hall, New Jersey.
- Bowler, P. A. and I. (2001). *Food in society: economy , culture , geography London : Arnold PART II The Political Economy of Food*. 4(January 2001), 1–2.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.
- Darmanto, R. F., & Ariyanti, A. (2020). Peranan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 71. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i01.383>
- Dewa, C. B. (2019). Pengaruh Kualitas Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan Cengkir Heritage Resto And Coffe. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5639>

- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=PYfCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=PEMASARAN+DAN+KEPUASAN+PELANGGAN&ots=mb7cDHkw8g&sig=QtD1n3Himw6TkH7QHgjiUGaHH3o&redir\\_esc=y#v=onepage&q=PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=PYfCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=PEMASARAN+DAN+KEPUASAN+PELANGGAN&ots=mb7cDHkw8g&sig=QtD1n3Himw6TkH7QHgjiUGaHH3o&redir_esc=y#v=onepage&q=PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN&f=false)
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karisma, I. (2019). Pengaruh kualitas makanan, pelayanan, bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Jagung Nyumi Surabaya. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/31425>
- Knight, J.B. and Kotschevar, L. H. (2007). *Quantity Food Production, Planning, and Management*. John Wiley and Sons.
- Kompas.com. (2020). *Berubahnya Bisnis Kuliner di Masa Pandemi Covid-19*. Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/04/20/132308820/berubahnya-bisnis-kuliner-di-masa-pandemi-covid-19?page=all>
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1 = Principles of marketing*. Jakarta: Erlangga. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20363259>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. *Marketing Management*, 833.
- Liliani, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18–48. <https://doi.org/10.52859/jbm.v8i2.85>
- Lucyani, D. fryda. (2020). Adaptasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal Information*, 10(3), 1–16. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5130>
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek*. [https://repository.unsimar.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=5040&keywods=](https://repository.unsimar.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5040&keywods=)
- MalangTimes. (2021). *Jumlah UMKM Bertambah Selama Pandemi, Pemkab*

*Malang Rancang Grand Desain Pemasaran*. MalangTimes. <https://www.malangtimes.com/baca/64920/20210310/180300/jumlah-umkm-bertambah-selama-pandemi-pemkab-malang-rancang-grand-desain-pemasaran>

Malhotra, N. K. (2009). *Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1 Edisi 4*. Akarta: PT Index. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Malhotra%2C+Naresh+K.+2009.+Riset+Pemasaran+Pendekatan+Terapan+Jilid+1.+Jakart+a%3A+PT+Index.&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Malhotra%2C+Naresh+K.+2009.+Riset+Pemasaran+Pendekatan+Terapan+Jilid+1.+Jakart+a%3A+PT+Index.&btnG=)

Nor Azureen, R., Shahril, H., Ashraf Siddik Khan, A. R. S., Putri Dahlia, A. R., & Noor Saliza, S. (2016). The Influence of Food Quality on Customer Satisfaction in Fine Dining Restaurant: Case in Penang. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 2(2), 45–50. [http://www.iarjournal.com/wp-content/uploads/IARJBT2016\\_2\\_45-50.pdf](http://www.iarjournal.com/wp-content/uploads/IARJBT2016_2_45-50.pdf)

Nurahman, I. (2021). *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab*. 8(2).

Pane, D. N., Fikri, M. EL, & Ritonga, H. M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medanitle No Title. *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Philip Kotler, K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Indeks.

Priyatno, D. (2012). *Priyatno: Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20 - Google Scholar*. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=10763541522772761600&hl=en&oi=scholar>

Rahman, G., Suharno, S., & ... (2019). Pengaruh Persepsi Harga dan Suasana serta Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Makan pada Rumah Makan Bebek Pawon di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen ...*. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/view/1844%0Ahttp://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/download/1844/814>

Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Saladin.+%282003%29.+Manajemen+Pemasaran.+Bandung%3A+Linda+Karya.&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Saladin.+%282003%29.+Manajemen+Pemasaran.+Bandung%3A+Linda+Karya.&btnG=)

Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik*. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo.

- Saputra, A. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Diler Panorama Motor Cabang Kebakkramat)*.
- Singarimbun, M. dan E. (1995). *Metode penelitian survai / OPAC Perpustakaan Nasional RI*. OPAC Perpustakaan Nasional RI.
- Siregar, N. (2018). *Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoenng Deli Medan*. Journal.Pancabudi.Ac.Id.  
<https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/117>
- Siregar, S. (2017). *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif*. [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Siregar%2C+Syofian.+2017.+Statistik+Parametrik+untuk+Penelitian+Kuantitatif.+Bumi+Aksara%2C+Jakarta&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Siregar%2C+Syofian.+2017.+Statistik+Parametrik+untuk+Penelitian+Kuantitatif.+Bumi+Aksara%2C+Jakarta&btnG=)
- Stanton, William, J. (1998). *Prinsip Pemasaran. Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid I*. Jakarta: Erlangga.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=Stanton%2C+William%2C+J.+1998.+Prinsip+Pemasaran.+Edisi+Ketujuh%2C+Jilid+I.+Jakarta%3A+Erlangga.&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Stanton%2C+William%2C+J.+1998.+Prinsip+Pemasaran.+Edisi+Ketujuh%2C+Jilid+I.+Jakarta%3A+Erlangga.&btnG=)
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods) / Sugiyono / OPAC Perpustakaan Nasional RI*. OPAC Perpustakaan Nasional RI.  
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=853411>
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Tjiptono%2C+Fandy.+2004.+Manajemen+Jasa.+Edisi+Pertama.+Yogyakarta%3A+Penerbit+Andi.&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Tjiptono%2C+Fandy.+2004.+Manajemen+Jasa.+Edisi+Pertama.+Yogyakarta%3A+Penerbit+Andi.&btnG=)
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis - Husein Umar - Rajagrafindo Persada*. Rajagrafindo Persada.  
<https://www.rajagrafindo.co.id/produk/metode-penelitian-untuk-skripsi-dan-tesis-bisnis-ed-revisi/>
- Utami, C. (2010). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*.  
<https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/517/Cover.pdf?sequence=1>
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Modern*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.  
<https://scholar.google.com/scholar?cluster=2633930632637434142&hl=en&>



oi=scholar

- Virdianasari, N. (2021). Analisis Pengaruh Kreatif Dan Inovatif Di Dunia Bisnis Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 37–47. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.81>
- Wardani. (2020). Pengaruh Harga, Free Wifi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee JMP Pahlawan Lamongan. *Price, Free Wifi, Facilities, Customer Satisfaction.*, 35(2), 1–12. <http://ejournal.ahmaddahlan.ac.id/index.php/melati2020/article/view/11>
- Widoyoko, E. P. S. (2012). *Teknik penyusunan instrumen penelitian*. Jakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Wijaya, O. S., Siregar, M. Y., & Amelia, W. R. (2021). *Pengaruh Suasana Toko / Kedai dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Masakan Ayam Penyet Cabe Hijau The Influence of Shop / Store Atmosphere and Service Quality on Customer Satisfaction of Green Chili Penyet Chicken*. 1(1), 14–21.
- Zakarian, D. G. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/296/302>

