



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITA RASA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Nada Lina Hanim

21801081225



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

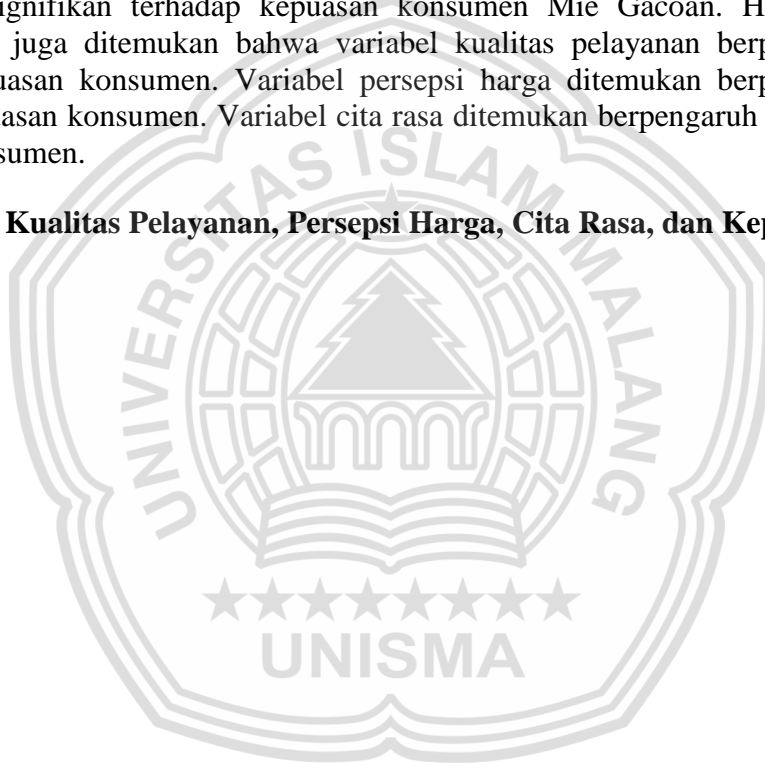
**MALANG**

**2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa, kepuasan konsumen dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran kuisioner *online* menggunakan *snowball sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 91 mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2018 dari program studi manajemen, akuntansi, dan perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan. Hasil dari penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel persepsi harga ditemukan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel cita rasa ditemukan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

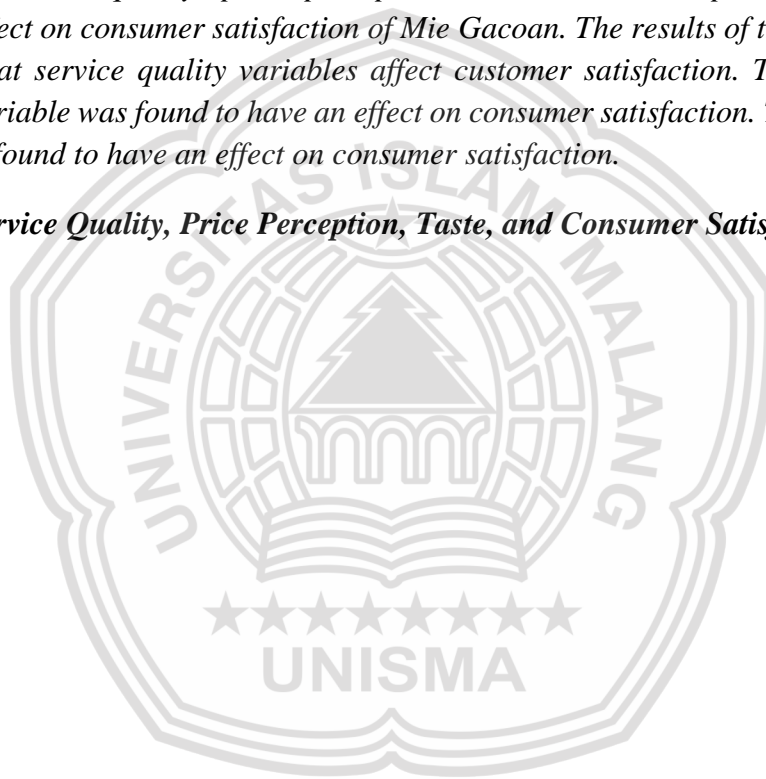
**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa, dan Kepuasan Konsumen**



## ABSTRACT

*This study aims to describe service quality, price perception, taste, customer satisfaction and analyze the effect of service quality, price perception, taste on consumer satisfaction of Mie Gacoan. The method of data collection in this study was done by distributing online questionnaires using snowball sampling. The sample used in this study were 91 students of the Faculty of Business Economics, Islamic University of Malang, Class of 2018 from the management, accounting, and Islamic banking study programs. The results showed that simultaneously the variables of service quality, price perception, and taste had a positive and significant effect on consumer satisfaction of Mie Gacoan. The results of this study also found that service quality variables affect customer satisfaction. The price perception variable was found to have an effect on consumer satisfaction. The taste variable was found to have an effect on consumer satisfaction.*

**Keyword : Service Quality, Price Perception, Taste, and Consumer Satisfaction**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sangat pesat sekali. Hal ini membuat setiap para pelaku usaha untuk dapat memaksimalkan kinerja usahanya agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Para pelaku usaha harus mampu memahami dan mengerti kebutuhan konsumennya. Oleh sebab itu, para pelaku bisnis diwajibkan mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Pada saat ini bisnis yang berkembang pesat dalam persaingan adalah bisnis di bidang makanan. Bisnis makanan menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang cukup tinggi, makanan juga kebutuhan pokok yang wajib terpenuhi bagi setiap orang. Hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah restaurant maupun warung yang ada di setiap daerah termasuk di Kota Malang. Perkembangan bisnis makanan yang bermunculan membuat para pelaku usaha bersaing ketat dengan bentuk persaingan yang berbeda-beda yaitu baik dari segi pelayanan, harga, dan cita rasa.

Salah satu makanan yang berkembang pesat pada saat ini yaitu jenis makanan pedas. Makanan pedas sendiri merupakan makanan yang digemari masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja. Oleh sebab itu dengan ditandai banyaknya bisnis usaha di bidang makanan pedas yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama, pelaku usaha di bidang kuliner dituntut untuk

menciptakan strategi-strategi yang baik dan tepat agar dapat menarik para konsumen untuk lebih memilih produknya dibandingkan produk para pesaing.

Bagi para pelaku usaha, khususnya yang bergerak dalam bidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi hal yang penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan kepuasan atas pelayanan menjadi kunci keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tombeng dkk (2019), kualitas pelayanan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ketika pelayanan itu baik maka konsumen akan merasa dihormati, konsumen akan merasanya nyaman dan besar kemungkinan para konsumen akan kembali mendatangi tempat makan tersebut.

Banyak konsumen yang memperhatikan harga sebelum membeli suatu produk. Harga suatu bagian yang penting bagi pembeli dan juga penjual. Pertukaran barang atau jasa hanya akan terjadi jika penjual dan pembeli telah menyepakati harga. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan permintaan pasar, agar

konsumen dapat membeli barang tersebut. Bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Persepsi harga merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan menggunakan produk tersebut dan akan merasa puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Didukung penelitian Astuti dkk (2019), bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan Husna dkk (2021) dan Pane dkk (2018) harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Cita rasa suatu produk pangan merupakan salah satu penentu terhadap penerimaan produk oleh konsumen. Oleh karena itu para pelaku usaha harus mengoptimalkan cita rasa pada setiap makanan, hal ini menjadi salah satu penentu keberhasilan usaha dalam bidang makanan. Makanan yang memiliki cita rasa yang khas berpengaruh pada kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Mutiara dkk (2021) bahwa cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Makanan yang memiliki rasa yang khas akan mendatangkan konsumen yang banyak pula, sehingga konsumen akan mencoba melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, peningkatan cita rasa perlu diperhatikan dalam pengembangan produk pangan. Cita rasa (*taste*) pencicipan atau pengecapan (*gustation*) adalah rasa makanan yang dikenali oleh lidah.

Kepuasan konsumen menjadi hal wajib untuk diperhatikan oleh setiap para pelaku usaha khususnya bidang kuliner dalam menjalankan kegiatan usahanya. Pada saat ini banyak para pelaku usaha yang bergerak dibidang

kuliner semakin memahami arti pentingnya kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi para konsumennya. Semakin terpenuhi harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Pelaku usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang.

Mie Gacoan yaitu salah satu pelopor mie di Kota Malang yang saat ini cabangnya sudah dimana-mana. Semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa sudah mengetahui dan pernah makan Mie Gacoan. Mie Gacoan mempunyai ciri khas yaitu mie dengan selera pedas dan kering tidak berkuah. Tersedia beberapa varian mulai dari mie setan, mie iblis, dan mie angel. Selain menjual mie juga tersedia dimsum seperti udang rambutan, udang keju, lumpia udang, siomay, dan pangsit. Terdapat juga banyak varian minuman di Mie Gacoan.

Fenomena yang terjadi di Mie Gacoan, pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan masih belum maksimal. Sebagian konsumen mengeluhkan kurang cepatnya pelayan dalam mengantarkan pesanan ke konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen harus menghabiskan waktu yang cukup lama untuk menunggu. Beberapa konsumen juga mengeluhkan harga minuman yang tidak sebanding dengan harga makanan. Dimana harga minuman seperti es gendruwo yang cukup mahal dari harga makanannya. Sebagian konsumen mengeluhkan rasa makanan yang disajikan oleh Mie Gacoan. Konsumen merasa bahwa rasa makanan yang disajikan terkadang masih berubah-ubah antara lain hambar, tingkat kepedasan yang tidak konsisten, dan lain

sebagainya. Berdasarkan fenomena tersebut, pentingnya pelaku usaha dalam memperhatikan kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Mutiara dkk (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen.

Sehingga dari latar belakang yang telah diuraikan dan fenomena yang terjadi pada objek penelitian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi dari kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa dan kepuasan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan di Mie Gacoan?
4. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan?
5. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan?



### 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui deskripsi kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa dan kepuasan konsumen
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk menganalisis pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen.

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memberikan informasi ilmu yang dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran. Selain itu juga untuk mengembangkan studi opini, menambah pengetahuan dan pembendaharaan kepustakaan Program Studi Manajemen Universitas Islam Malang. Diharapkan bisa menjadikan ilmu yang dapat dimanfaatkan untuk menambah masukan penelitian selanjutnya terhadap permasalahan yang sama.

## 2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan untuk menjaga kepuasan konsumen khususnya melalui kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesimpulan dari implementasi deskripsi sebagai berikut :
  - a. Variabel kualitas pelayanan indikatornya adalah kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Variabel kualitas pelayanan direfleksikan oleh indikator kehandalan, dengan pernyataan pelayanan Mie Gacoan sesuai dengan promosinya.
  - b. Variabel persepsi harga indikatornya adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Variabel persepsi harga direfleksikan oleh indikator keterjangkauan harga dengan pernyataan harga Mie Gacoan terjangkau.
  - c. Variabel cita rasa indikatornya adalah bau, rasa, dan tekstur. Variabel cita rasa direfleksikan oleh indikator rasa dengan pernyataan rasa menu makanan dari Mie Gacoan nikmat.
  - d. Variabel kepuasan konsumen indikatornya adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi. Variabel kepuasan konsumen direfleksikan oleh indikator minat

berkunjung kembali dengan pernyataan saya bersedia membeli Mie Gacoan lebih dari sekali.

2. Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan
4. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan
5. Cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan

## 5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi kepada peneliti selanjutnya yang berkeinginan meneruskan penelitian ini agar menjadi lebih baik. Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas yang digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen pada penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel (kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita rasa).
- b. Jumlah responden yang diambil menjadi sampel hanya 91 responden.

## 5.3 Saran

Penelitian yang dilakukan saat ini masih banyak keterbatasannya, dengan melihat keterbatasan-keterbatasan ini, maka peneliti menyadari bahwa

penelitian tidak ada yang sempurna. Ada beberapa saran yang penulis sarankan, yaitu sebagai berikut:

**a. Bagi peneliti**

1. Penelitian dilakukan pada objek produk makanan lain, sehingga ada kemungkinan mendapatkan kesimpulan dan hasil yang lain.
2. Peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel yang lain seperti label halal, variasi produk dan sebagainya yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

**b. Bagi usaha**

1. Perihal kualitas pelayanan disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan kebersihan tempat agar konsumen tetap nyaman saat berada di Mie Gacoan, karena pada pernyataan ini mendapatkan nilai terendah. Perusahaan juga disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan seperti karyawan yang sigap dalam melayani konsumen, karyawan yang memberikan perhatian jika konsumen membutuhkan bantuan, dan memperhatikan kondisi sarana prasarana.
2. Perihal persepsi harga disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan persaingan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk agar konsumen tetap setia pada Mie Gacoan, karena pada pernyataan ini mendapatkan nilai terendah. Perusahaan disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi harga seperti harga yang terjangkau, harga

sesuai dengan kualitas yang diberikan, dan harga yang dapat bersaing dengan produk mie sejenisnya.

3. Perihal cita rasa disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan bau yang khas dari Mie Gacoan karena bau dari makanan kebanyakan menentukan kelezatan, karena pada pernyataan ini mendapat nilai terendah. Perusahaan disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi cita rasa seperti rasa makanan yang nikmat, dan tekstur mie yang lembut mudah dikunyah.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Astuti, dkk. (2019). “*Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso*”. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Jurnal Manajemen Dewantara
- Cockrill, A. Mark M.H. Goode.( 2010). “*Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke*”. The Journal of Product And Brand Management, 19 (5) .
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2010). “*Nutrition for foodservice and culinary professionals (p. 480)*”. Wiley
- Drummond KE and Brefere LM. (2010). Nutrition for Foodservice and Culinary Profesional’s, Seventh Edition. In *New Jersey:Jhon Wiley & Sons.Inc.* John Wiley & Sons, Inc.
- El Fikri, M. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan.* Jumant, 9(1), 1-11.
- Ghozali, Iman. (2013). "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS.21. Edisi 7". Semarang, Penerbit Universitas Diponegoro
- Garrow JS dan James WPT 2010. "*Human Nutrition and dietetics Ninth. Edition. Edinburgh*": Churchill Livingstone.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*”. E-Journal WIDYA Ekonomika, Vol 1, Hal 64–74.
- Fandy, Tjiptono, (2014).” *Pemasaran Jasa*”. Andi : Yogyakarta
- Fandy, T. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* (Andi. (ed.); Edisi 2).
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi Offset (ed.); Edisi 4).
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction.* (Andi (ed.)).
- Ghozali, I.(2016). “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 8*”.Badan penerbit UNDIP.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Badan Pene).
- Husna, dkk. (2021). " *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya*". Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa.
- Kotler, P. dan G. A.( 2008). "*Principles Of Marketing. Twelfth Edition*". Pearson
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). "*Marketing Management, 15th Edition*". New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Kesembilan. (ed.); Jilid 1). Erlangga. p125.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). "*Marketing Managemen* "(I. Pearson Education (ed.); 15th Editi).
- Lovelock, Christopher, & L. W. (n.d.). "*Principles Of Service Marketing And Management And Management 2*". (ed.)). New Jersey.
- Maimunah, S. (2020). "*Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen*". Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 4(1),411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>.
- Mutiara, dkk. (2021) "*Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen*". Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). "*A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. Journal of Marketing" 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>.
- Priyono, Agus. (2015). "*Analisis Data Dengan SPSS. Cetakan pertama*". Malang: FE UNISMA.
- Saladin Djaslim. (2003). "*Manajemen Pemasaran*". Bandung: Linda Karya
- Setyaningsih. (2010). "*Pemasaran dan Strategi Pemasaran Produk*". Yogyakarta: BPFE.



- Stanner S, Thompson R, & Butriss JL. (2009). *"Healthy Ageing: The Role of Nutrition and Lifestyle"*. British Nutrition Foundation. Wiley-Blackwell: Oxford.
- Sugiono.( 2017). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan, Dan R&D"*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaksana. (2003). *Integrated Marketing Communications; Teks dan Kasus*. Pustaka Pelajar.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran. Cetakan pertama*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Swastha, Basudan H. (2000) " *Azas-azas Marketing, Edisi Revisi*" ,Yogyakarta : AkademiKeuangandanBisnis(AKB)
- Tjiptono. (2011). *"Servis Manajemen Mewujudkan Layanan Prima"*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. (2015). *Pelanggan Puas Tak Cukup* (andi (ed.)).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius C. (2016). *"Service, Quality & Satisfaction"*. Yogyakarta. Andi
- Tombeng, B. dkk. (2019) " *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado The Effect Of Service Quality, Price And Product Quality On Customer Satisfaction At Raja Oci Manado Restaurant*". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado
- Tombokan, F., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan. *Citra... 552 Jurnal EMBA*, 3(3), 552–561.
- Toncar, M. F., Alon I., M. E. (2010). *"The Importance of Meeting Price Expectations"*. *Journal of Product and Brand Management*, 19(4),

295–305.

Umar dan Husein. (2016). *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wahidah, N. (2010). “*Komponen Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*”. <http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponen-komponen-yang-memengaruhi-cita.html>. Diakses tanggal 9 Januari 2022.

Wijaya, Tony. (2011). “*Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano: Disertasi Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian, Cetakan ke-2*” PT INDEKS, Jakarta.

Zeithaml, Valerie A. Mary Jo Bitner. (2000). “*Service marketing, integrating Costumer Focus Across The Firm. 2nd edition*”, Mc Graw - Hill :USA

