

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITA RASA

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Pada Rumah Makan Tok Patok)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Moh. Qari

22001081224



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

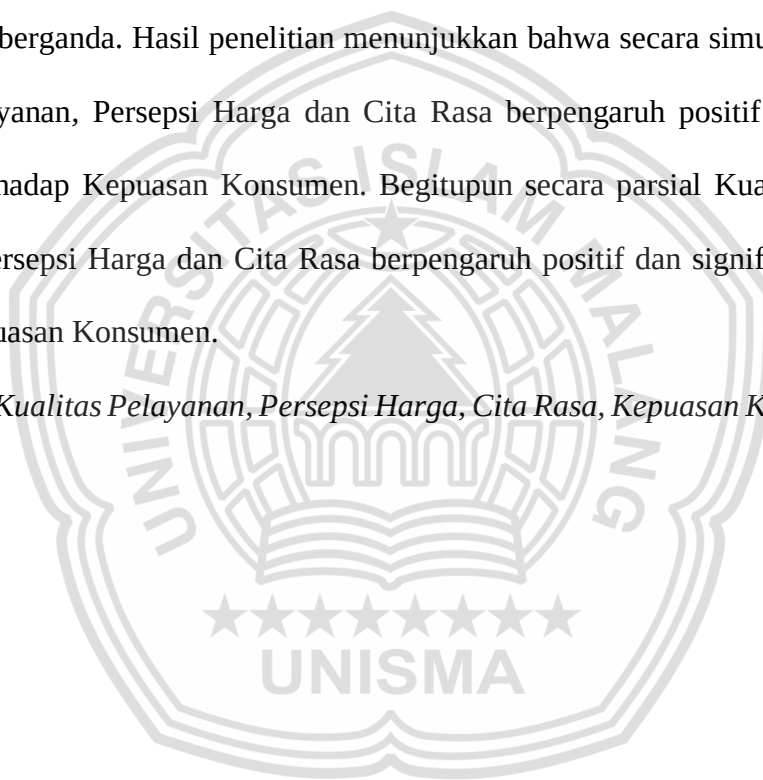
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Rumah Makan Tok Patok). Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. diperoleh sampel sebanyak 75 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Begitupun secara parsial Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

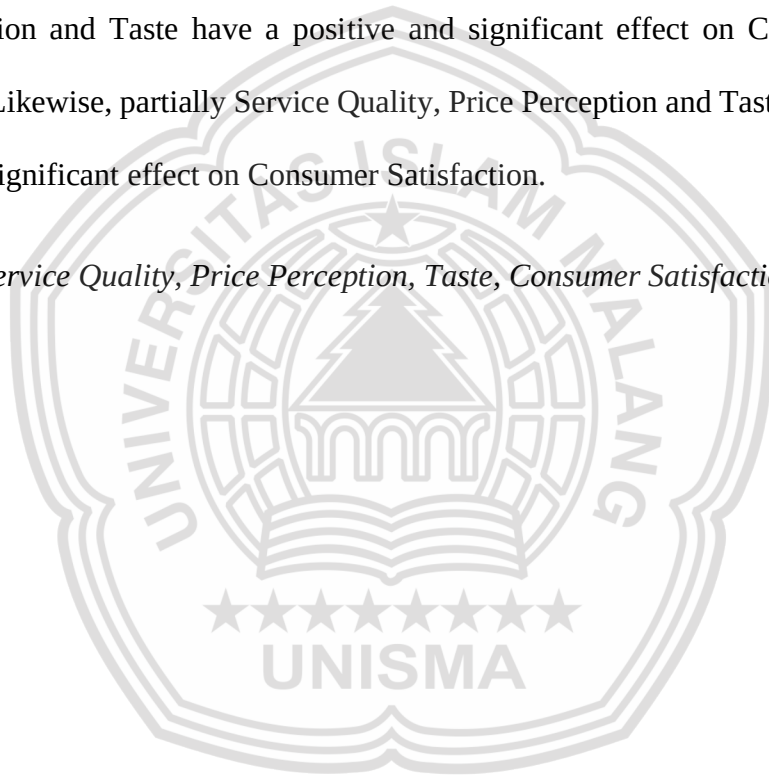
Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa, Kepuasan Konsumen*



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, price perception and taste on consumer satisfaction (Study at the Tok Patok Restaurant). Sampling used a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. A sample of 75 respondents was obtained. The data collection method uses a questionnaire. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. The research results show that simultaneously Service Quality, Price Perception and Taste have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Likewise, partially Service Quality, Price Perception and Taste have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price Perception, Taste, Consumer Satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang sangat pesat saat ini tentu kita dipaksa terus berinovasi dalam mencari peluang usaha, untuk membuat setiap para pelaku usaha dapat memaksimalkan kinerja usahanya agar mampu terus berkompetisi dengan para pesaingnya. Para pelaku usaha harus mampu memahami dan mengerti kebutuhan konsumennya. Karena itu, para pelaku usaha harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dari pesaing bisnis lain, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.

Bisnis dibidang kuliner merupakan bisnis yang berkembang pesat Saat ini. Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, selain menghasilkan keuntungan yang cukup tinggi, makanan juga kebutuhan pokok yang harus terpenuhi bagi setiap orang. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak rumah makan yang tersebar disetiap daerah, Kota bahkan desa sekalipun. Perkembangan bisnis kuliner 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 fried chicken. Fried chicken sendiri merupakan olahan ayam yang populer dikalangan masyarakat saat ini dan digemari masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja. Oleh sebab itu dengan ditandai banyaknya bisnis usaha di bidang olahan ayam 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. 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.

Pada umumnya konsumen akan memperhatikan harga terlebih dahulu 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 makanan 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 di bidang kuliner 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 kuliner. 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 di bidang kuliner. 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.

Tok Patok adalah salah satu produk olahan ayam pelopor fried chicken di Kecamatan Gending sebelum olahan ayam yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama mulai berdatangan saat ini Tok Patok sudah tersebar di beberapa daerah kawasan madura. Semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa sudah mengetahui dan pernah makan di Tok Patok. Tok Patok mempunyai ciri khas sambal merahnya yang pedas, Tersedia menu paket komplit dan beberapa paket yang menjadi pembeda di setiap menunya dari mulai porsi, ukuran ayam, minuman.

Fenomena yang terjadi pada Tok Patok, pelayanan yang diberikan masih belum maksimal. Beberapa konsumen mengeluhkan kurang cepatnya pelayan dalam mengantarkan pesanan ke konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen harus menghabiskan waktu lebih lama untuk menunggu. Sebagian konsumen mengeluhkan rasa makanan yang disajikan oleh Tok Patok. Konsumen merasa bahwa rasa makanan yang disajikan terkadang masih

berubah-ubah antara lain hambar, tingkat kematangan yang tidak konsisten, dan lain sebagainya. Berdasarkan fenomena tersebut, pentingnya pelaku usaha dalam memperhatikan kualitas pelayanan, 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 (Studi Pada Rumah Makan Tok Patok)**”.

1.2 Rumusan Masalah

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

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

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

a. Manfaat Secara Teoritis

1) Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang manajemen pemasaran. Khususnya terkait kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen.

2) Bagi Akademis

Bagi akademis, dapat digunakan sebagai bahan acuan atau pertimbangan jika meneliti obyek yang sama dan juga dapat digunakan sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen pemasaran

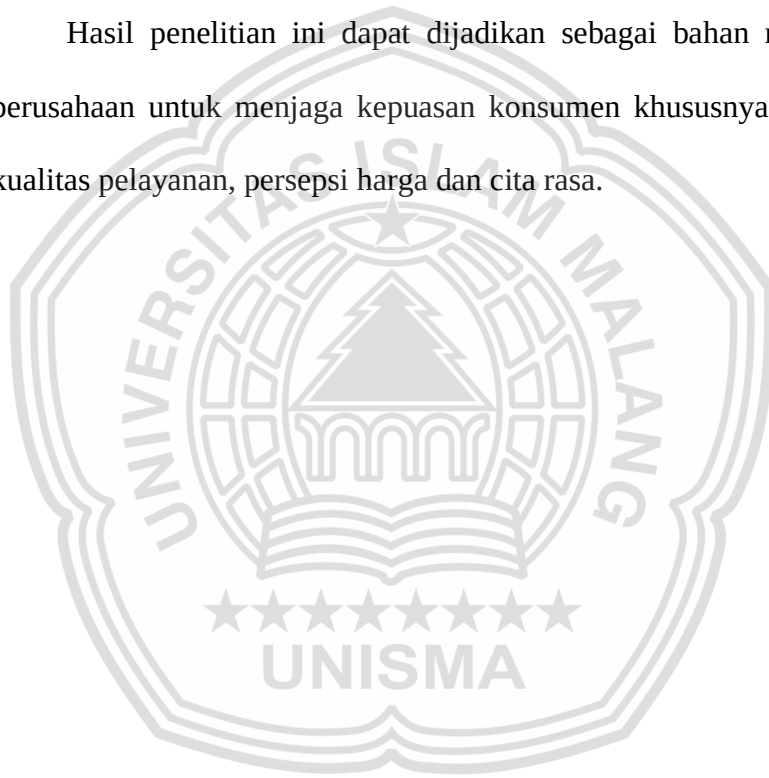
3) Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menjadi sumber referensi, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen.

b. Manfaat Secara Praktis

1) Bagi rumah makan Tok Patok

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 rumah makan tok patok 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 rumah makan tok patok 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 rumah makan tok patok terjangkau.
 - c. Variabel cita rasa indikatornya adalah bau, rasa, dan tekstur. Variabel cita rasa direfleksikan oleh indikator rasa dengan pernyataan rasa menu makanan dari rumah makan tok patok 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 rumah makan tok patok lebih dari sekali.

2. Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan tok patok
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan tok patok
4. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan tok patok
5. Cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan tok patok

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 75 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 rumah makan tok patok, 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 rumah makan tok patok, 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 sejenisnya.

3. Perihal cita rasa disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan bau yang khas dari rumah makan tok patok 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*. Juman, 9(1), 1-11.
- Ghozali, Iman. (2013). "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS.21. Edisi 7". Semarang, Penerbit Universitas Dipenegoro
- 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 Sibuya". Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan BisnisUniversitas 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 Pretice Hall, Inc
- Kotler dan Gary Amstrong. (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 ofMarketing*" 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"*. Yoyakarta: 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"*. Yokyakarta: 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

