

---

## Peran Diferensiasi Produk dan *Dining Service Quality* Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Ni Kadek Pitri Anggreni<sup>(1)</sup>

Mirah Ayu Putri Trarintya<sup>(2)</sup>

Dewa Nyoman Benni Kusyana<sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup> Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia  
Email : [pitrianggreni99@gmail.com](mailto:pitrianggreni99@gmail.com)

Diterima: 10 April 2021	Direvisi: 15 April 2021	Disetujui: 16 April 2021
-------------------------	-------------------------	--------------------------

### ABSTRACT

*In the culinary industry, consumer satisfaction can be achieved if the company is able to provide products, especially in the form of different foods or have product differentiation and quality services, especially by using the dining service quality (dineserv) approach. The purpose of this study was to determine the effect of product differentiation and dineserv on customer satisfaction. This research was conducted at Clear Café Ubud with a population of 41.857 visitors and a sample of 100 people using accidental sampling technique. Primary data collection was carried out using a questionnaire and a measurement scale using a Likert scale with five answer choices. To get answers to the proposed hypothesis, multiple linear regression analysis techniques are used. Based on the results of the analysis that has been done, it can be concluded (1) product differentiation has a positive and significant effect on customer satisfaction and (2) Dineserv has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction at Clear Café Ubud.*

**Keyword:** *product differentiation, dining service quality, dineserv, consumer satisfaction*

### ABSTRAK

Dalam industri kuliner, kepuasan konsumen bisa tercapai apabila perusahaan mampu menyediakan produk khususnya berupa makanan yang berbeda atau memiliki diferensiasi produk dan juga pelayanan yang berkualitas terutama dengan menggunakan pendekatan *dining service quality* (dineserv). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan dineserv terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Clear Café Ubud dengan jumlah populasi sebanyak 41.857 orang pengunjung dan sampel sebanyak 100 orang dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuisioner dan skala pengukuran menggunakan Skala Likert dengan lima pilihan jawaban. Untuk mendapatkan jawaban atas hipotesis yang diajukan maka digunakan teknik analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan (1) diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan (2) dineserv berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen clear café ubud.

**Kata kunci :** *diferensiasi produk, dining service quality, dineserv, kepuasan konsumen*

## Pendahuluan

Semakin terkenal Bali menjadi pusat destinasi wisata di dunia, maka bagian dari sektor pariwisata yang terkena dampak positifnya adalah kuliner. Tren yang terjadi pada zaman sekarang ini kebanyakan konsumen memilih kuliner dengan hidangan sehat. Restoran yang menyediakan hidangan sehat salah satunya adalah Clear Cafe Ubud. Clear Cafe Ubud memiliki lokasi yang sangat strategis karena berlokasi di daerah pariwisata sehingga mampu menampung banyak konsumen. Cafe yang ingin berhasil menembus persaingan disamping menu yang ditawarkan berbeda dengan cafe lainnya, mereka juga dituntut harus kreatif mungkin untuk mengkonsep cafe itu sendiri. Saat ini penilaian konsumen atau masyarakat terhadap sebuah cafe tidak hanya ditentukan oleh cita rasa yang ada pada makanan atau minuman cafe itu sendiri, tetapi juga memperhatikan produk yang berbeda dengan cafe lainnya dan memperhatikan kualitas pelayanan dari cafe agar konsumen merasa puas dan tidak merasa kecewakan.

Clear Café Ubud mengalami permasalahan dengan penurunan volume penjualan sepanjang tahun 2019 yaitu di bulan Februari sebesar Rp. 395.450.000, bulan Oktober sebesar Rp. 401.814.000 dan juga bulan November sebesar Rp. 419.720.000. Dilihat dari penjualan yang mengalami fluktuasi, belum bisa dikatakan konsumen merasa puas saat berkunjung di Clear Cafe Ubud. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari tripadvisor, Clear Cafe Ubud mendapatkan komplain dari konsumen tentang produk yang dimiliki, terlihat dari ulasan yang diberikan oleh konsumen, produk celar cafe tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, mulai dari minuman yang terasa hambar, makanan yang terasa membosankan. Ini terlihat dari rating yang diberikan oleh ulasan pengunjung selama 2019 yaitu memperoleh rating 3/5 rating.

Selain diferensiasi produk, kualitas layanan menjadi salah satu hal yang penting untuk kepuasan konsumen dalam sebuah perusahaan, pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan menumbuhkan rasa ingin untuk mengunjungi kembali tempat yang sama di waktu mendatang, apalagi untuk perusahaan restoran seperti Clear Cafe Ubud, menurut data yang diperoleh kualitas layanan di Clear Cafe Ubud mendapat rating 3/5 dari ulasan pengunjung selama 2019. Pada kualitas layanan Clear Cafe terdapatnya komplain yang diberikan konsumen karena service yang kurang memuaskan, pelayanan yang sangat lama dan kurang profesional dalam melayani tamu. Sehingga belum memuaskan para pengunjung Clear Cafe Ubud.

---

Menurut Tjiptono (2014 : 355) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan, sedangkan Menurut Kotler & Keller (2016) kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Untuk menciptakan kepuasan konsumen, cafe perlu membangun strategi pemasaran yang baik dimulai dari dalam cafe itu sendiri. Salah satu strategi yang perlu dilakukan adalah strategi diferensiasi produk. Menurut Sahetapy (2013), diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk menjadi menarik. Diferensiasi produk ini biasanya hanya mengubah sedikit karakter produk, antara lain kemasan dan tema promosi tanpa mengubah spesifikasi fisik produk meskipun itu diperlukan. Sedangkan Menurut Rochmah (2014), diferensiasi produk yaitu usaha untuk menghasilkan barang sejenis tapi dibedakan dalam bungkus, kualitas, merek, atau warna. Penelitian yang dilakukan oleh Trisihnyo (2018), Fure *et al.*, (2014) dan Reski (2016) telah membuktikan bahwa diferensiasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H1 : Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

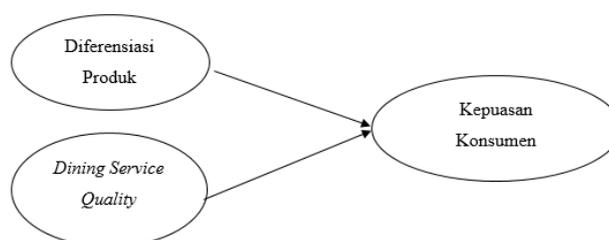
Selain memperhatikan diferensiasi produk, yang perlu diperhatikan dalam membentuk kepuasan konsumen dalam sebuah cafe adalah kualitas pelayanan. Kualitas layanan dianggap sebagai faktor paling signifikan dalam mengevaluasi kinerja layanan organisasi dalam iklim kompetitif saat ini yang memainkan peran penting dalam menghasilkan pelanggan kepuasan (Dehghanpouri *et al.*, (2020). Model kualitas layanan yang paling banyak digunakan adalah ServQual yang dikemukakan oleh Parasuraman *et al.*, pada tahun 1988 (Kusyana & Pratiwi, 2019). Berdasarkan pada Servqual (Stevens *et al.*, (1995) mengembangkan model Dineserv dengan dimensi yang sama seperti ServQual tapi indikator menyesuaikan dengan restoran. Kualitas layanan merupakan penyampaian layanan kepada pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan adalah pengalaman pelanggan atas layanan yang diterima Slack *et al.*, (2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Pontoh *et al.*, 2014), Anwar *et al.*, (2018), dan Paramitha (2013) membuktikan peningkatan kualitas layanan khususnya Dineserv mampu meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan.

H2 : Dineserv berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## Metode Penelitian

Penelitian merupakan penelitian primer dengan kategori yang lebih spesifik yaitu penelitian survey, dengan demikian maka penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan berlandaskan pada filsafat positivisme dengan menggunakan alat-alat statistik terutama untuk menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya karena penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian ini dilakukan di Clear café Ubud yang terletak di Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Variabel dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai variabel bebas (diferensiasi produk/X1 dan dineserv/X2) dan variabel terikat (kepuasan konsumen/Y). Diferensiasi produk dalam penelitian ini dibatasi hanya pada produk berupa makanan dan tidak menyertakan minuman dan diartikan sebagai perbedaan makanan yang ditawarkan Clear Café Ubud dibandingkan dengan café sejenis lainnya. Dineserv diartikan sebagai kemampuan Clear Café Ubud dalam memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan diartikan sebagai perasaan senang yang dirasakan konsumen setelah menikmati makanan yang dihidangkan dan pelayanan yang diberikan oleh Clear Café Ubud.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung di Clear Café Ubud sepanjang tahun 2019 sebanyak 41.857 orang. dengan menggunakan rumus Slovin maka ditetapkan sampel sebanyak 100 orang dan penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan wawancara dan menggunakan kuisisioner. Secara keseluruhan kuisisioner terdiri atas 39 *item* pernyataan dengan rincian variabel diferensiasi produk memiliki 16 *item* pernyataan yang diadopsi dari (Isyanto *et al.*, 2012), dineserv terdiri atas 19 *item* pernyataan yang diadopsi dari Stevens *et al.*, (1995), dan kepuasan konsumen memiliki 4 *item* pernyataan yang dikembangkan dari Kusyana *et al.*, (2020). Uji instrumen penelitian dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS yang dilanjutkan dengan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas) dan teknik analisis regresi linear berganda untuk menjawab hipotesis.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

## Hasil dan Pembahasan

Kuisisioner yang disebarakan adalah sebanyak 130 kuisisioner untuk memenuhi target sebanyak 100 orang responden. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan cara memberikan kuisisioner secara fisik di lokasi penelitian. Dari hasil tersebut diperoleh sebanyak 116 eksemplar kuisisioner yang kembali dan 101 eksemplar yang terisi penuh, namun terdapat datu kuisisioner yang tidak dilengkapi identitas responden, sehingga total terdapat 100 eksemplar kuisisioner yang dapat digunakan untuk penelitian. Dari data tersebut maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 42 orang responden laki-laki (42%) dan 58 orang responden perempuan (58%). Berdasarkan usia, responden didominasi oleh usia 18 – 25 tahun sebanyak 91 orang (91%), kemudian usia 26 – 33 tahun sebanyak 7 orang (7%), dan terakhir usia lebih dari 33 tahun (3%). Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 51 orang (51%), kemudia karyawan swasta sebanyak 23 orang (23%), wiraswasta sebanyak 13 orang (13%), pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 8 orang (8%), dan lain-lain sebanyak 5 oran (5%). Berdasarkan pengeluaran perbulan, maka diperoleh informasi responden didominasi oleh pengeluaran sampai dengan Rp. 3.000.000 sebanyak 92 orang (92%), kemudian pengeluaran Rp. 3.000.001 – Rp. 5.000.000 sebanyak 3 orang (3%), dan responden dengan pengeluaran lebih dari Rp. 5.000.000 sebanyak 5 orang (5%).

**Tabel 1. Karakteristik responden**

Kategori	Pilihan	Jumlah	
		Orang	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42
	Perempuan	58	58
	Total	100	100
Usia (tahun)	18 - 25	91	91
	26 - 33	7	7
	> 33	2	2
	Total	100	100
Pengeluaran perbulan (Rupiah)	s/d 3.000.000	92	92
	3.000.001 - 5.000.000	3	3
	> 5.000.000	5	5
	Total	100	100
Pekerjaan	Pelajar/mahasiswa	44	44
	PNS	8	8
	Karyawan swasta	30	30
	Wiraswasta	13	13
	Lain-lain	5	5
	Total	100	100

sumber: data diolah (2021)

Persyaratan utama dalam melakukan uji regresi linear berganda adalah uji asumsi klasik. Berdasarkan Tabel 2 maka diketahui bahwa sebaran data penelitian telah memenuhi syarat uji normalitas yaitu nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,195 atau lebih besar dari 0,05. Nilai *tolerance* variabel diferensiasi produk dan dineserv masing-masing sebesar 0,207 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel bebas sebesar 4,837 atau lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas. Nilai Sig. pada uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Variabel	Normalitas	Multikolinearitas		Heteroskedastisitas
	Asymp.Sig (2-tailed)	Tolerance	VIF	Sig.
Diferensiasi produk	.195	.207	4.837	.086
Dineserv				.057

sumber: data diolah (2021)

Uji determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh diferensiasi produk dan dineserv terhadap kepuasan konsumen diketahui dari nilai *R square* yang menunjukkan angka 0,616 atau setara dengan 61,6% ( $0,616 \times 100\%$ ) dan diketahui sisanya sebesar 38,4% kepuasan konsumen disebabkan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3. Uji Determinasi**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.785 <sup>a</sup>	.616	.608	1.441	

a. Predictors: (Constant), Dineserv, Diferensiasi Produk

Untuk menjawab uji kelayakan model dan mengetahui kehandalan variabel bebas dalam memprediksi kinerja variabel terikat, maka ditentukan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,091 yang diperoleh dengan menggunakan program Microsoft Excel dengan rumus  $=F.INV.RT(\alpha, df1, df2)$  di mana  $\alpha$  sebesar 0,05,  $df1$  adalah jumlah variabel dikurangi 1, dan  $df2$  adalah jumlah observasi-jumlah variabel-1 sehingga menjadi  $=F.INV.RT(0.05, 2, 96)$ . Uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 77,803 atau lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu 3,091. Nilai Sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 atau kurang dari nilai  $\alpha$  0,05. Dengan demikian maka model regresi penelitian ini telah memenuhi syarat kelayakan model yang berarti variabel bebas dalam penelitian ini handal digunakan untuk memprediksi kinerja variabel terikat.

**Tabel 4. Hasil Uji Kelayakan Model**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	323.247	2	161.623	77.803	.000 <sup>b</sup>
	Residual	201.503	97	2.077		
	Total	524.75	99			

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS for windows maka diperoleh hasil analisis regresi linear berganda yang dapat dilihat pada Tabel 5. Dari hasil tersebut dapat disusun persamaan regresi linier berganda  $Y = 1,815 + 0,159X_1 + 0,055X_2$

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.815	1.287		1.41	.162
	Diferensiasi Produk	.159	.039	.564	4.079	.000
	Dineserv	.055	.032	.239	1.727	.087

1. Nilai konstanta sebesar 1,815 menggambarkan bahwa jika diferensiasi produk dan dineserv sama dengan 0 maka kepuasan konsumen Clear Cafe Ubud adalah sebesar 1,815 satuan.
2. Hasil pengujian terhadap hipotesis 1 (H1) yang menyatakan diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui berdasarkan nilai koefisien regresi variabel dieferensiasi produk sebesar 0,159 (positif) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,079 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 ( $4,079 > 1,984$ ) dan nilai Sig ( $0,000 < \alpha 0,05$ ). Dengan demikian maka dapat dikemukakan diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga H1 diterima.

Menurut Rochmah (2014), diferensiasi produk yaitu usaha untuk menghasilkan barang sejenis tapi dibedakan dalam bungkus, kualitas, merek, atau warna. yang membuktikan peningkatan diferensiasi produk akan mengakibatkan terjadinya peningkatan kepuasan konsumen. Reski, (2016) berpendapat strategi diferensiasi produk yang telah banyak diterapkan oleh perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi konsumen karena dengan diferensiasi produk akan muncul pikiran positif terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku bisnis. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Trisihnyo (2018), Fure *et al.*, (2014), dan Reski (2016) yang telah membuktikan bahwa

---

diferensiasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Hasil pengujian terhadap hipotesis 2 (H2) yang menyatakan dineserv berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui berdasarkan nilai koefisien regresi variabel dineserv sebesar 0,055 (positif) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,727 atau kurang dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 ( $1,727 < 1,984$ ) dan nilai Sig (0,087)  $> \alpha$  0,05. Dengan demikian maka dapat dikemukakan dineserv berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga H2 ditolak.

Canny (2014) mengemukakan kualitas layanan berasal dari interaksi karyawan-pelanggan melalui kemampuan restoran untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan dapat diandalkan dan akurat, kepedulian karyawan dan memperhatikan setiap pelanggan, pengetahuan karyawan, kesopanan dan kemampuan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan juga penampilan profesional karyawan. Menurut Teeroovengadum (2020) pelanggan akan puas terhadap pelayanan yang diberikan apabila penyedia jasa mampu memberikan pelayanan yang sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Bougoure & Neu (2014) berpendapat ketidakpuasan pelanggan berasal dari adanya pelayanan yang kinerjanya lebih rendah dari harapan pelanggan.

Tidak signifikannya pengaruh Dineserv terhadap kepuasan konsumen bisa disebabkan karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen, meskipun berdasarkan hasil statistik deskriptif atau deskripsi jawaban responden, skor rata-rata setiap indikator Dineserv termasuk kategori baik dan sangat baik. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trisihnyo (2018), Anwar *et al.*, (2018), Pontoh *et al.*, (2014), dan Fure *et al.*, (2014) yang membuktikan Dineserv berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Bufquin *et al.*, (2016), dan Diab *et al.*, (2016) yang membuktikan Dineserv berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## Simpulan

Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Clear Cafe Ubud yang artinya setiap peningkatan diferensiasi produk maka akan diikuti dengan terjadinya peningkatan kepuasan konsumen. Dineserv berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Clear Cafe Ubud yang artinya

---

setiap peningkatan dineserv maka akan diikuti dengan terjadi peningkatan kepuasan yang tidak signifikan. Besarnya pengaruh diferensiasi produk dan dineserv terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 61,6 persen, sedangkan 38,4 dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Saran yang diberikan terkait diferensiasi produk adalah *item* pernyataan dengan skor tertinggi menunjukkan perlu untuk dipertahankan kinerjanya terutama mengenai warna makanan yang dianggap menarik oleh responden. Indikator diferensiasi produk yang dipersepsikan memiliki kinerja terendah perlu mendapat perhatian dan ditingkatkan yaitu penggunaan bahan makanan yang unik, karena bahan baku yang unik akan menciptakan suatu cita rasa yang khas bagi konsumen. Terkait dineserv maka saran yang diberikan adalah Indikator Dineserv yang mendapatkan skor rata-rata tertinggi perlu dipertahankan kinerjanya yaitu desain interior café yang menarik karena desain interior bisa menimbulkan rasa betah dan nyaman bagi konsumen. Untuk indikator dengan skor terendah yaitu karyawan membuat konsumen merasa istimewa perlu ditingkatkan seperti memberikan rekomendasi produk kepada konsumen dan menanyakan apakah pesanan sudah diterima dengan lengkap sesuai pesanan.

### Daftar Pustaka

- Anwar, L.A., Suharyono., Bafdhah, A. S. (2018). "Pengaruh Dining Service Quality (Dineserv) Terhadap Customer Satisfaction Dan Revisit Intention (Survei pada Pelanggan D'COST Seafood Restaurant Malang Town Square)". *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 58(1).
- Bougoure, U.S., Neu, M. . (2014). "Service Quality in Malaysian Fast Food Industry: An Examination Using DINESERV". *Service Marketing Quarterly*, 31, 194–212.
- Bufquin, D., DiPietro, R., Partlow, C. (2016). "The influence of the DinEX service quality dimensions on casual-dining restaurant customers' satisfaction and behavioral intentions". *Journal of Foodservice Business Research*.
- Canny, I. (2014). "Measuring the Mediating Role of Dining Experience Attributes on Customer Satisfaction and Its Impact on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta". *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(1). <https://doi.org/10.7763/ijimt.2014.v5.480>
- Dehghanpouri, H., Soltani, Z., Rostamzadeh, R. (2020). "The impact of trust, privacy and quality of service on the success of E-CRM: the mediating role of customer satisfaction." *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(11), 1831–1847.
- Diab, D., Mohamed, H., Shidwan, O., Mansour, I. H. . (2016). "Investigation of Dineserv dimensions on customer satisfaction & loyalty: Evidences from the restaurant industry in Sudan".
- Fure, H.D., Mananeke, L., Tawas, H. (2014). "DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MANALAGI DI MANADO". *Jurnal EMBA*, 2(3), 10. – 114.
- Isyanto, P., Ri, B., Febrianto, D. A. (2012). "Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pecel Lele Lela Cabang Karawang". *Jurnal*

- Manajemen*, 9(4), 830–841.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *“Marketing Management”* (15th Edition). Pearson Education, Inc.
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). "Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur". *Widya Manajemen*, 1(2), 21–39. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i2.354>
- Kusyana, D. N. B., Purwaningrat, P. A., & Sunny, M. P. (2020). "Peran Kualitas Layanan Dalam Menciptakan Loyalitas Mahasiswa". *Widya Manajemen*, 2(1), 10–27. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v2i1.546>
- Paramitha, A. (2013). "STUDI DESKRIPTIF DINESERV WARUNG LEKO CABANG BONET MENURUT PERSEPSI PELANGGAN YANG BERDOMISILI DI SURABAYA". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1), 1–17.
- Pontoh, M.B., Kawet, L., Tumbuan, W. . (2014a). “Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado.” *Jurnal EMBA*, 2(3), 285–297.
- Pontoh, M.B., Kawet, L., Tumbuan, W. A. (2014b). "Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado". *Jurnal EMBA*, 2(3), 285–297.
- Reski, R. (2016). "Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Di kota Makassar". *Skripsi: Universitas Islam Negari Alauddin Makassar*.
- Rochmah, S. (2014). "Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Potongan Tunai Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Konfeksi Di Kecamatan Semarang Barat". *Jurnal STIE Semarang*, 6(2), 77–100.
- Rochmah, S. (2014b). “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Potongan Tunai Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Konfeksi Di Kecamatan Semarang Barat.” *Jurnal STIE Semarang*, 6(2), 77–100.
- Sahetapy, J. . (2013). “Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado.” *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Slack, N., Singh, G., Sharma, S. (2020). “The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions.” *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 297–318.
- Stevens, P., Knutson, B., Patton, M. (1995). "A Tool For Measuring Service Quality In Restaurants". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 56–60.
- Teeroovengadum, V. (2020). "Service quality dimensions as predictors of customer satisfaction and loyalty in the banking industry: moderating effects of gender". *European Business Review*, ahead-of-p(No. ahead-of-print).
- Tjiptono, F. (2014). *“Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.”* Yogyakarta: Andi Offset.
- Trisihnyo, A. (2018). “Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Baru Motor Sport (BMS) Samarinda.” *Jurnal Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*, 12(1).
- Trisihnyo, Agus. (2018). "Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Baru Motor Sport ( BMS ) Samarinda". *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 12(1), 1–9.