

---

## Analisis Minat Beli Ulang pada Sektor Usaha Kuliner

I Kadek Dwi Putra Pebriana<sup>(1)</sup>

Luh Nik Oktarini<sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu  
Indonesia

Email : dwiputra270220@gmail.com

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction and repurchase interest. This research was conducted at the Sentana Jahen Restaurant located in Penatih Village, East Denpasar District, Denpasar. The population in this study was 13,446 customers and by using the Slovin formula, the sample size was determined to be 99 people using the accidental sampling technique. Data was collected by interview and questionnaire method using a five-choice Likert Scale. After testing the instrument, it is continued with partial hypothesis testing using path analysis and Sobel test to test the role of customer satisfaction as a mediating variable. The results of the analysis prove that all the hypotheses proposed are acceptable and customer satisfaction can increase the influence of product quality and service quality on repurchase interest.*

**Keywords:** *product quality; service quality; customer satisfaction; repurchase interest*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan minat beli ulang. Penelitian ini dilakukan di Restoran Sentana Jahen yang berlokasi di Desa Penatih, Kecamatan Denpasar Timur, Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah 13.446 orang pelanggan dan ditetapkan ukuran sampel sebesar 99 orang menggunakan *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan kuisioner dengan menggunakan Skala Likert. Setelah melakukan uji instrument maka dilanjutkan dengan uji hipotesis parsial menggunakan analisis jalur dan uji Sobel untuk menguji peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Hasil analisis membuktikan seluruh hipotesis yang diajukan dapat diterima kebenarannya dan kepuasan pelanggan mampu meningkatkan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

**Kata kunci:** *kualitas produk; kualitas pelayanan; kepuasan pelanggan; minat beli ulang*

### Pendahuluan

Fenomena-fenomena yang dapat diamati saat ini pada industri restoran adalah adanya konsumen yang kritis dan selektif dimana menjadikan kualitas pelayanan sebagai bahan pertimbangan dengan harapan konsumen memperoleh kepuasan atas uang yang dikeluarkan, dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang bagus. Restoran yang tidak mampu menyampaikan pelayanan terbaik kepada pelanggan akan menimbulkan adanya ketidakpuasan pelanggan karena tidak mampu memberikan pelayanan yang sesuai

---

dengan harapan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2013:164) kualitas pelayanan menunjukkan kesenjangan antara kinerja aktual paska konsumsi dan harapan pra konsumsi, sehingga tingkat keunggulan pelayanan kepada pelanggan pada dasarnya dapat diukur dari perbedaan antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan sebelumnya. Peran kualitas produk juga penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2014) kualitas produk menunjukkan seberapa mampu suatu produk untuk melebihi harapan konsumen berdasarkan kinerja atau kemampuan dari produk itu sendiri.

Kepuasan konsumen memegang peranan yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Ketika kepuasan pelanggan mengalami peningkatan maka minat pembelian ulang pelanggan akan meningkat dengan signifikan atau dengan kata lain peningkatan kepuasan pelanggan akan diikuti dengan peningkatan minat beli ulang secara signifikan dan hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara kepuasan pelanggan dengan minat beli ulang (Widiana, 2010). Ukuran keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dapat dilihat dari adanya minat pembelian ulang (Hermanto & Cahyadi, 2015). Salah satu komponen yang ada dalam perilaku konsumsi yang ditunjukkan oleh pelanggan adalah timbulnya minat beli (Amnericha *et al.*, 2016). Minat beli adalah suatu respon yang timbul karena seseorang menerima rangsangan dari suatu produk yang dilihat (Kusuma dan Suharnomo, 2015).

Restoran Sentana Jahen adalah salah satu restoran yang ada di Kota Denpasar dan seperti halnya restoran lainnya maka restoran ini juga harus menghadapi persaingan yang ketat dalam industry kuliner di Kota Denpasar dan hal tersebut berdampak pada omset dan jumlah kunjungan pelanggan sepanjang tahun 2021. Permasalahan yang dihadapi oleh Restoran Sentana Jahen adalah fluktuasi (naik turun) jumlah pelanggan sepanjang tahun 2021 yang dapat dikatakan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak konsisten dalam membeli makanan dan minuman yang disajikan di Restoran Sentana Jahen dan hal ini di sebabkan banyaknya pesaing di dunia kuliner sehingga para pelanggan ingin mencoba produk baru dari restoran lain.

Andreas (2016) membuktikan semakin berkualitas suatu produk akan menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat secara signifikan. Penelitian oleh Wijaya dan Nurcaya (2017) juga menunjukkan peningkatanb kepuasanb pelanggan secara signifikan disebabkan karena adanya peningkatan kualitas produk. Penelitian lainnya oleh Fauzi & Mandala (2019), Dewi & Suprapti (2018), Hoe & Mansori (2018), Nurdin (2018), serta Imron

---

(2019) juga berhasil membuktikan temuan yang sama yaitu kepuasan pelanggan meningkat secara signifikan sebagai dampak dari adanya peningkatan kualitas produk.

H<sub>1</sub> : Peningkatan kualitas produk akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan secara signifikan

Kepuasan pelanggan secara empiris telah terbukti merupakan *output* dari adanya peningkatan kualitas pelayanan yang dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Dennisa & Santoso (2016). Bukti empiris lainnya juga telah mengkonfirmasi bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak positif pada terciptanya kepuasan pelanggan yaitu semakin meningkat kualitas produk maka akan mendorong kepuasan pelanggan meningkat secara signifikan (Indraswari & Ardani, 2019). Penelitian lainnya oleh Subali & Suartina (2021) juga melaporkan temuan yang sama yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Juniantari & Anggraini (2020) dan Pratiwi *et al.*, (2020) juga membuktikan peningkatan kepuasan pelanggan secara signifikan sebagai dampak dari adanya peningkatan kualitas pelayanan.

H<sub>2</sub> : Kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan apabila kualitas pelayanan ditingkatkan.

Peningkatan kualitas produk akan diikuti dengan terjadinya peningkatan minat beli ulang pelanggan secara signifikan (Sari & Lestari, 2019). Peningkatan kualitas produk terbukti mampu memberikan dampak positif berupa terjadinya peningkatan minat beli ulang secara signifikan (Hidayah & Apriliani, 2019). Secara empiris, peningkatan minat beli ulang secara signifikan dilaporkan merupakan konsekuensi dari adanya peningkatan kualitas produk (Sari & Hariyana, 2019; Kusyana *et al.*, 2020)

H<sub>3</sub> : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang

Peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti dengan peningkatan minat beli ulang pelanggan secara signifikan (Sari & Lestari, 2019). Secara empiris, peningkatan minat beli ulang secara signifikan dilaporkan merupakan konsekuensi dari adanya peningkatan kualitas pelayanan (Sari & Hariyana, 2019). Peningkatan kualitas pelayanan terbukti mampu memberikan dampak positif terhadap terjadinya peningkatan minat beli ulang secara signifikan (Ramaputra & Ds, 2018).

H<sub>4</sub> : Minat beli ulang akan meningkat dengan signifikan apabila kualitas pelayanan ditingkatkan.

Peningkatan minat beli ulang akan terjadi ketika kepuasan pelanggan mengalami peningkatan (Setiawan & Safitri, 2019). Pelanggan akan meningkatkan minat beli ulang

---

apabila merasakan adanya peningkatan kepuasan (Sari & Lestari, 2019). Secara empiris, peningkatan minat beli ulang secara signifikan dilaporkan merupakan konsekuensi dari adanya peningkatan kepuasan pelanggan (Sari & Hariyana, 2019). Peningkatan kepuasan pelanggan terbukti memberikan dampak positif yaitu meningkatkan minat beli ulang secara signifikan (Mustapa *et al.*, 2018).

H<sub>5</sub> : minat beli ulang akan meningkat signifikan apabila kepuasan pelanggan mengalami peningkatan.

Pelanggan yang puas terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan akan menunjukkan peningkatan minat beli ulang (Sari & Lestari, 2019). Kepuasan pelanggan terbukti mampu meningkatkan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang (Sari & Hariyana, 2019). Minat beli ulang terbukti lebih besar ketika kepuasan pelanggan tercipta dari adanya peningkatan kualitas produk (Mustapa *et al.*, 2018) dan minat beli ulang juga terbukti meningkat lebih besar ketika pelanggan puas terhadap pelayanan yang diterima (Rinaldi & Santoso, 2018).

H<sub>6</sub> : Minat beli ulang akan meningkat lebih besar ketika pelanggan puas terhadap kualitas produk.

H<sub>7</sub> : Minat beli ulang akan meningkat lebih besar ketika pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan untuk memecahkan masalah adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang berarti penelitian ini mencoba mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan menggunakan variabel mediasi. Penelitian ini mengambil lokasi di Restoran Sentana Jahen di Kota Denpasar dengan populasi sebanyak 13.446 orang pelanggan pada tahun 2021 dan sampel ditetapkan sebanyak 99 orang pelanggan dengan metode *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur dan uji sobel untuk menguji peran mediasi.

### **Hasil dan Pembahasan**

Instrument penelitian ini terdiri atas 26 *item* pernyataan dan hasil uji validitas menunjukkan nilai koefisien korelasi dari masing-masing *item* pernyataan lebih dari 0,30 sehingga syarat uji validitas telah terpenuhi. *Cronbach's alpha* dari uji reliabilitas juga menunjukkan setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,60 sehingga instrument dinyatakan reliabel.

---

Responden dalam penelitian ini terdiri atas 49 orang laki-laki atau 49,49 persen dan 50 orang responden berjenis kelamin perempuan atau 50,51 persen. Berdasarkan usia maka diketahui responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 25 – 35 tahun sebanyak 35 orang atau 35,35 persen sedangkan responden berusia 17 – 25 tahun tercatat dengan jumlah paling sedikit yaitu sebanyak 18 orang atau 18,18 persen. Responden yang tercatat bekerja sebagai pedagang/wirausaha sebanyak 26 orang atau 26,26 persen sedangkan responden yang tercatat dengan jumlah paling sedikit adalah responden yang berstatus pelajar/mahasiswa. Menurut pendapatan maka responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp3.500.000,00 mendominasi sebanyak 34 orang atau 34,34 persen sedangkan responden yang paling sedikit adalah pelanggan yang memiliki pendapatan perbulan lebih rendah dari Rp1.500.000,00 tercatat dengan jumlah paling sedikit yaitu sebanyak 10 orang atau 10,10 persen.

Variabel kualitas produk memiliki nilai rata-rata sebesar 4,18 yang termasuk kategori baik dan hal ini berarti menurut persepsi responden Restoran Sentana Jehen memiliki produk dengan kualitas yang baik. Pernyataan dengan nilai rata-rata paling rendah adalah “Restoran Sentana Jehen menyajikan produk makanan atau minuman menggunakan peralatan unik (seperti batok kelapa) yang memiliki keistimewaan tambahan atau dijadikan ciri khas yang membedakan dengan pesaingnya” sebesar 3,99 dan termasuk kategori baik. Hal ini disebabkan karena menurut responden keunikan ini tidak terlalu dianggap penting karena tidak mempengaruhi cita rasa makanan/minuman. Pernyataan dengan nilai rata-rata paling tinggi adalah “Restoran Sentana Jehen menyajikan makanan dan minuman yang fresh atau baru di produksi” sebesar 4,31 yang termasuk kategori sangat baik dan hal ini disebabkan karena responden merasakan makanan dan minuman yang disajikan memang dalam keadaan segar karena dibuat ketika dipesan oleh pelanggan.

Variabel Kualitas pelayanan memiliki rata-rata sebesar 4,19 yang kualitas pelayanan Restoran Sentana Jehen dianggap memiliki kinerja yang baik oleh responden. Pernyataan dengan nilai rata-rata paling rendah adalah “Karyawan pada Restoran Sentana Jehen bersikap ramah atau sopan kepada konsumen” sebesar 4,12 dengan kategori baik. Pernyataan ini mendapatkan nilai paling rendah disebabkan karena responden menganggap karyawan restoran kurang ramah dalam melayani pelanggan seperti tidak menyapa pelanggan saat pelanggan datang. Pernyataan dengan nilai rata-rata paling tinggi adalah “Restoran Sentana Jehen memberikan tempat makan yang nyaman kepada konsumen (meja, kursi, toilet, dll)” sebesar 4,25 dengan kategori sangat baik dan hal ini disebabkan

---

karena Restoran Sentana Jehen memang memperhatikan kenyamanan pelanggan selama berada di restoran seperti menyediakan toilet yang bersih.

Variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 4,15 dengan kategori baik. Pernyataan dengan nilai rata-rata paling rendah adalah “Bpk/Ibu/Sdr/i dengan suka rela mau merekomendasikan Restoran Sentana jahen sebagai salah satu tempat tujuan kuliner kepada teman atau saudara.” sebesar 4,15 yang termasuk kategori baik dan hasil ini disebabkan karena responden merasakan tidak mendapatkan *reward* dari pihak restoran apabila merekomendasikan restoran kepada orang lain . Pernyataan dengan nilai rata-rata paling tinggi adalah “Bpk/Ibu/Sdr/i merasa nyaman saat berada di Restoran Sentana Jahen.” sebesar 4,25 dengan kategori sangat baik yang disebabkan karena Restoran Sentana Jehen memang memperhatikan kenyamanan pelanggan seperti menyediakan furnitur (meja dan kursi) dan toilet yang bersih, serta hasil ini konsisten dengan pernyataan mengenai kualitas pelayanan dengan pernyataan kenyamanan selama berada di restoran mendapat nilai rata-rata paling tinggi.

Variabel Minat beli ulang adalah sebesar 4,10 dengan kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa minat beli ulang pelanggan sudah baik. *Item* pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah “Bpk/Ibu/Sdr/i tetap berminat berkunjung ke Restoran Sentana Jahen meski ada terjadi kenaikan Harga” dengan nilai rata-rata sebesar 4,32 dan termasuk kategori sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan tetap memiliki minat beli ulang yang sangat baik walaupun terjadi kenaikan harga karena responden sangat menyukai produk yang disajikan dalam keadaan segar. *Item* pernyataan terendah adalah “Bpk/Ibu/Sdr/i lebih suka Restoran Sentana Jahen dibanding Restoran lainnya.” dengan nilai rata-rata sebesar 3,88 dan termasuk kategori baik. Hasil ini disebabkan karena setiap restoran tentunya menawarkan keunikan dan cita rasanya masing-masing sehingga sangat wajar apabila responden juga menyukai restoran lain selain Sentana Jehen.

Hasil analisis menunjukkan koefisien jalur kualitas produk adalah positif ( $\beta = 0,519$ ) dan signifikan dengan  $\text{Sig } (0,000) < \alpha (0,05)$  sehingga  $H_1$  diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dalam penelitian ini diukur dengan indikator kinerja, keistimewaan tambahan, kehandalan, dan daya tahan yang dijabarkan ke dalam enam pernyataan dipersepsikan baik oleh responden.. Seluruh makanan dan minuman yang disajikan di Restoran Sentana Jahen memang diproduksi ketika dipesan oleh pelanggan dan hal ini

---

berbeda dari restoran lainnya yang terkadang sudah menyiapkan makanan setengah matang dan dipanaskan ketika pelanggan memesan. Responden menganggap produk yang disajikan oleh Restoran Sentana Jahen memang berkualitas. Produk yang memiliki kualitas yang baik bisa dikatakan telah mampu memenuhi harapan pelanggan dan hal ini mendorong terjadinya peningkatan kepuasan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan koefisien jalur kualitas pelayanan bernilai positif ( $\beta = 0,849$ ) dan berpengaruh signifikan dengan  $\text{Sig } (0,000) < \alpha (0,05)$  sehingga  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan lima *item* pernyataan dipersepsikan baik. Kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dapat dikatakan telah mampu memenuhi harapan pelanggan dan hal tersebut mendorong terjadinya peningkatan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan merasa puas ketika kinerja yang dirasakan sama atau bahkan lebih tinggi dari harapan sebelum konsumsi dirasakan sama atau bahkan lebih tinggi dari harapan sebelum terjadinya konsumsi.

Berdasarkan hasil analisis maka dapat diketahui koefisien jalur kualitas produk adalah positif ( $\beta = 0,432$ ) dan signifikan dengan  $\text{Sig } (0,000) < \alpha (0,05)$  sehingga  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan minat beli ulang. Kualitas produk dalam penelitian ini diukur dengan indikator kinerja, keistimewaan tambahan, kehandalan, dan daya tahan yang dijabarkan ke dalam enam pernyataan dipersepsikan baik oleh responden. Seluruh makanan dan minuman yang disajikan di Restoran Sentana Jahen memang diproduksi ketika dipesan oleh pelanggan dan hal ini berbeda dari restoran lainnya yang terkadang sudah menyiapkan makanan setengah matang dan dipanaskan ketika pelanggan memesan. Produk yang memiliki kualitas yang baik terjadi karena menurut responden produk tersebut telah mampu memenuhi harapan pelanggan atau bahkan melampaui harapan pelanggan dan hal ini mendorong terjadinya peningkatan minat beli ulang responden.

Hasil analisis menunjukkan koefisien jalur kualitas pelayanan adalah bernilai positif ( $\beta = 0,404$ ) dan signifikan dengan  $\text{Sig } (0,008) < \alpha (0,05)$  sehingga  $H_4$  diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan minat beli ulang. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dalam lima *item* pernyataan dipersepsikan baik. Kualitas pelayanan yang baik berarti Restoran Sentana Jahen mampu memberikan pelayanan yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan dan sebagai usaha yang juga disertai dengan pelayanan maka hal ini maka

---

pelayanan yang berkualitas memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan minat beli ulang karena apabila pelayanan yang diberikan tidak berkualitas bukan tidak mungkin pelanggan tidak berminat untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan hasil analisis maka dapat diketahui koefisien jalur untuk pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang adalah sebesar 0,646 (positif) dengan Sig (0,000) <  $\alpha$  (0,05) sehingga  $H_5$  diterima yang berarti kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur menggunakan empat indikator yaitu melalui keluhan dan saran, menyewa jasa ghost shopping, analisis mantan pelanggan, dan survey kepuasan pelanggan yang dijabarkan ke dalam tujuh *item* pernyataan dipersepsikan dengan baik oleh responden. Pelanggan yang puas memiliki kesempatan lebih besar untuk melakukan pembelian ulang dibanding pelanggan yang tidak puas. Responden merasa nyaman ketika mengunjungi Restoran Sentana Jehen karena pihak restoran mampu memberikan fasilitas yang membuat pelanggan merasa nyaman. Dari total tujuh pernyataan dalam variabel kepuasan maka dua di antaranya dipersepsikan sangat baik dan lima lainnya dipersepsikan baik oleh responden.

Uji Sobel menunjukkan nilai  $Z_{hitung}$  (3,850) >  $Z_{tabel}$  (1,96) sehingga dikemukakan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap minat beli ulang adalah sebesar 0,150 sedangkan besarnya pengaruh kualitas produk dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,367 sehingga kepuasan pelanggan memiliki peran yang penting dalam meningkatkan minat beli ulang pelanggan.

Uji Sobel menunjukkan nilai  $Z_{hitung}$  (4,683) >  $Z_{tabel}$  (1,96) sehingga dikemukakan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Hasil uji mediasi membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang yang berarti pelanggan yang puas terhadap kualitas produk berupa makanan dan minuman yang disajikan oleh Restoran Sentana Jehen akan berdampak pada peningkatan minat beli ulang. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang adalah sebesar 0,233 sedangkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,548 sehingga kepuasan pelanggan memiliki peran yang penting dalam meningkatkan minat beli ulang pelanggan.

## Simpulan



---

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan yang artinya kepuasan pelanggan akan meningkat dengan signifikan apabila kualitas produk ditingkatkan. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang artinya kepuasan pelanggan akan meningkat dengan signifikan apabila kualitas pelayanan ditingkatkan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan minat beli ulang yang berarti peningkatan kualitas produk akan diikuti dengan terjadinya peningkatan minat beli ulang pelanggan Restoran Sentana Jehen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang yang berarti peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan minat beli ulang pelanggan Restoran Sentana Jehen. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dan minat beli ulang yang artinya minat beli ulang akan meningkat signifikan apabila kepuasan pelanggan mengalami peningkatan. Kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi di antara kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan minat beli ulang yang berarti minat beli ulang akan meningkat lebih tinggi karena pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan oleh Restoran Sentana Jehen.

Saran yang diberikan terkait kualitas produk antara lain menggunakan bahan-bahan yang unik selain batok kelapa misalnya piring tanah liat yang diberikan alas daun kelapa sehingga terlihat alami, memberikan informasi kepada pelanggan mengenai *ingredient* makanan atau minuman di bawah nama makanan atau minuman pada menu sehingga pelanggan mengetahui apa saja bahan makanan atau minuman tersebut. Saran yang diberikan terkait dengan kualitas pelayanan antara lain meningkatkan kesopanan dan keramahan karyawan yang dapat dilakukan dengan cara terus menerus mengingatkan karyawan dengan mengadakan *briefing* sebelum karyawan mulai bekerja sambil mengingatkan prosedur pelayanan yang berlaku dan memastikan karyawan selalu siap ketika pelanggan membutuhkan dengan menempatkan karyawan yang secara khusus *standby* di area makan

## Daftar Pustaka

- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)." *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 997–1009.
- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). "Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek

- (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo).” *Matriks: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 87–98.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.” *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6741–6761.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). “Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan).” *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(1), 24–31.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). “The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry.” *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1).
- Imron, I. (2019). “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang.” *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
- Indraswari, I. G. A. I., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). “Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Honda Denpasar Agung.” *E-Jurnal Manajemen*, 8(5), 3166–3192.
- Juniantari, N. L. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). “Pengaruh Service Quality Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Ganesa Transport.” *JUIMA :Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 1–16.
- 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>
- Mustapa, A., Paramita, P., & Hasiholan, L. B. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Keragaman Produk Sparepart Toyota Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan PT. New Ratna Motor Semarang).” *Journal of Management*, 4(4).
- Pratiwi, K. A., Suartina, I. W., Kusyana, D. N. B., & Dewi, I. A. M. S. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening.” *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 17–30.
- Ramaputra, B., & Ds, A. H. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada E-Cinema Entertainment Plaza Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 100–107.
- Rinaldi, A., & Santoso, S. B. (2018). “Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Traveloka di Kota Semarang).” *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–14.
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan.” *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1).
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2).
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, &*

*Akuntansi*, 3(3), 223–231.

Subali, I. N., & Suartina, I. W. (2021). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Grab Di Denpasar (Studi Pada Pelayanan Grab di Kota Denpasar).” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 491–500.