

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kewirausahaan Umkm Kuliner (Studi Kasus Rumah Makan Mister Geprek Di Bandar Lampung)

Syahril Daud¹, Andayu Juhawa Chintana², Miranda Oktaviani³, Tiara Amelia⁴
¹²³⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

ARTICLE INFO

Article history:

Received Des 01, 2024

Revised Des 15, 2024

Accepted Des 30, 2024

Keywords:

Kepuasan Pelanggan,
Pelayanan,
Kewirausahaan,
UMKM

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan pelanggan di rumah makan Mister Geprek. Untuk mengukur kualitas pelayanan, ada lima dimensi utama: kepercayaan (keandalan), responsivitas (daya tanggap), ketangkasan (bukti fisik), keyakinan (jaminan), dan empati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. 38 responden disurvei. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan mereka diukur dengan kuesioner dengan skala Likert 1-5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dengan dimensi jaminan—juga dikenal sebagai jaminan—memiliki pengaruh yang paling besar. Studi ini memberikan saran praktis bagi pengelola rumah makan Mister Geprek tentang bagaimana meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam hal jaminan dan daya tanggap, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan.



Corresponding Author:

Syahril Daud,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

Jl. ZA. Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, 35142. Indonesia

Email: syahril.daud@ubl.ac.id

1. PENDAHULUAN

Disebabkan oleh gaya hidup masyarakat yang semakin modern dan kebutuhan akan kemudahan dalam mendapatkan makanan, industri kuliner Indonesia terus berkembang pesat (Herningtyas & Wirasenjaya, 2019). Industri ini semakin bersaing karena munculnya berbagai jenis restoran dan rumah makan yang menawarkan berbagai konsep dan inovasi pelayanan untuk menarik pelanggan (Revalina et al., 2024). Rumah makan Mister Geprek, yang terkenal dengan makanan berbasis ayam geprek sebagai produk utamanya, adalah salah satu pemain dalam industri kuliner yang sedang berkembang.

Meskipun Mister Geprek sangat terkenal, bisnis berhasil karena cita rasa makanan dan pelayanan yang baik. Salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan adalah kualitas pelayanan (Iqbal, 2024). Pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, menumbuhkan loyalitas, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis. Di sisi lain, ketidakpuasan pelanggan dapat menyebabkan pelanggan menjadi tidak puas, yang berisiko mengurangi jumlah pelanggan yang tersedia dan merusak reputasi rumah makan (Ndruru, 2021).

Rumah makan Mister Geprek menghadapi tantangan untuk mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat seiring meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Pelanggan saat ini dapat dengan mudah memberikan ulasan atau berbagi pengalaman mereka melalui media sosial dan platform ulasan online di era modern. Keputusan pelanggan lain dipengaruhi oleh ulasan, sehingga Mister Geprek harus berkonsentrasi pada

peningkatan layanan untuk memenuhi harapan pelanggan dan memberi mereka pengalaman yang menyenangkan.

Masalah tentang seberapa penting peran kualitas pelayanan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan adalah subjek penelitian ini. Berbagai faktor membentuk kualitas pelayanan, termasuk kepercayaan (keandalan), responsivitas (daya tanggap), ketangkasan (bukti fisik), keyakinan (jaminan), dan empati (MAYEFIS et al., 2017). Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dipengaruhi oleh elemen-elemen ini. Pelanggan rumah makan yang merasa dilayani dengan baik, seperti melalui keramahan staf, kebersihan lingkungan, dan kecepatan dalam menyelesaikan permintaan mereka, cenderung lebih puas dan setia (Sa'adah, 2020).

Sebagai salah satu restoran di daerah tersebut, Rumah Makan Mister Geprek memiliki potensi besar untuk berkembang jika mampu memahami dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya. Namun, tantangan utamanya adalah menentukan aspek pelayanan mana yang paling memengaruhi kepuasan pelanggan dan bagaimana strategi peningkatan dapat diterapkan secara efektif. Dengan memahami kebutuhan pelanggan dan berkonsentrasi pada meningkatkan kualitas pelayanan, Mister Geprek dapat meningkatkan daya saingnya di pasar.

Penelitian ini sangat penting karena belum banyak penelitian empiris yang secara khusus mempelajari hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di rumah makan lokal seperti Mister Geprek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana aspek-aspek kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan saran untuk meningkatkan pelayanan dan mendukung keberlanjutan bisnis Mister Geprek di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Tujuan Penelitian

- 1) Mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Mister Geprek.
- 2) Mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan.

Kegunaan Penelitian

- 1) **Praktis** Memberikan rekomendasi bagi pengelola rumah makan Mister Geprek untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan kebutuhan pelanggan.
- 2) **Teoritis** Menambah literatur mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di sektor kuliner.
- 3) **Kebijakan** Menyediakan acuan dalam penyusunan kebijakan peningkatan pelayanan di industri kuliner.

2. METODE PENELITIAN

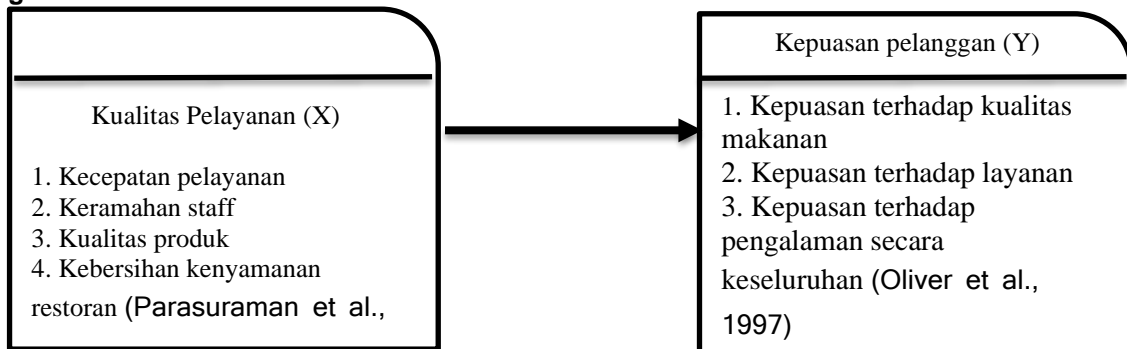
Untuk menyelidiki hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di rumah makan Mister Geprek, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk menentukan pengaruh masing-masing aspek kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang telah menggunakan layanan rumah makan Mister Geprek dalam tiga bulan terakhir adalah subjek penelitian ini. Sampling purposive digunakan untuk memilih sample 38 orang yang telah menggunakan layanan minimal sekali selama periode tersebut.

Alat pengumpulan data terdiri dari kuesioner dengan skala Likert 1-5, di mana peserta diminta untuk menilai aspek kualitas pelayanan seperti kepercayaan, responsivitas, ketepatan, keyakinan, dan empati, serta tingkat kepuasan umum mereka. Sebelum digunakan, survei diuji untuk memastikan bahwa setiap item mampu mengukur konstruk yang dimaksud dengan konsisten (Pugu et al., 2024).

Semua aspek kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan pelanggan. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa skor total variabel dan setiap item kuesioner memiliki korelasi yang kuat satu sama lain (Sholihin & Ratmono, 2021), sementara uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi antar-item secara internal (Sarie et al., 2023). Uji multikolinearitas data juga dilakukan untuk menentukan metode analisis statistik terbaik.

Metode ini bertujuan untuk memberikan wawasan empiris tentang aspek kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya dapat digunakan sebagai dasar bagi pengelola rumah makan Mister Geprek untuk mengembangkan strategi layanan yang lebih baik untuk pelanggan mereka. Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana variabel penelitian berinteraksi satu sama lain, hasil analisis statistik disajikan dalam dua format: deskriptif dan inferensial.

Kerangka Penelitian



$$Y=a+bX$$

Di mana :

Y = Kepuasan Pelanggan (Variabel Dependen)

X = Kualitas Pelayanan (Variabel Independen)

a = Konstanta (Intercept)

b = Koefisien Regresi (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan)

Hipotesis Penelitian

- 1) H: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan Mister Geprek.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Banyak metode uji validitas yang digunakan dalam SPSS. Dua metode yang paling umum adalah metode korelasi Pearson, yang mengkorelasikan antara skor tiap item dengan skor total item, dan metode korelasi total yang dikoreksi, yang mengkorelasikan antara skor tiap item dengan skor total item, kemudian melakukan koreksi terhadap nilai korelasi (Neherta, 2023).

Keputusan uji validitas dibuat berdasarkan signifikansi dan nilai korelasi (Zakariah & Afriani, 2021). Dalam penelitian ini, pengambilan keputusan didasarkan pada nilai korelasi; jika pengambilan keputusan didasarkan pada nilai korelasi, maka nilai r-tabel harus dicari. Ini karena hipotesis yang digunakan untuk menunjukkan pengaruh variable independen (X) terhadap variable dependen (Y). Nilai r-tabel dapat dilihat pada tabel statistic dengan uji dua sisi.

Penelitian ini menggunakan N = 38 mencari r-tabel dengan rumus $df = N-2$ jika di hitung maka $df = 38-2 = 36$, didapat nilai nilai r-tabel = 0,320. Selanjutnya membandingkan antara r-hitung dengan r-tabel. Dapat dikategorikan valid jika nilai r-hitung < r-tabel (0,320) tapi jika nilai r-hitung > r-tabel (0,320) maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas

| Variabel | Item | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|-------------------------------|------|----------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X) | X.1 | 0.930 | 0.320 | Valid |
| | X.2 | 0.958 | 0.320 | Valid |
| | X.3 | 0.961 | 0.320 | Valid |
| | X.4 | 0.946 | 0.320 | Valid |
| | X.5 | 0.900 | 0.320 | Valid |
| | X.6 | 0.918 | 0.320 | Valid |
| | X.7 | 0.945 | 0.320 | Valid |
| | X.8 | 0.947 | 0.320 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Y.1 | 0.972 | 0.320 | Valid |
| | Y.2 | 0.934 | 0.320 | Valid |
| | Y.3 | 0.920 | 0.320 | Valid |
| | Y.4 | 0.955 | 0.320 | Valid |
| | Y.5 | 0.971 | 0.320 | Valid |
| | Y.6 | 0.947 | 0.320 | Valid |

Sumber: Data diolah, SPSS 25

Data dianalisis dengan membandingkan nilai rtabel dan rhitung untuk setiap pertanyaan. Nilai r untuk setiap indikator harus lebih besar dari 0,320 Nilai R harus lebih besar dari r tabel sehingga variabel x dan y dalam penelitian ini valid.

Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah ukuran seberapa stabil dan konsisten responden dalam menjawab pertanyaan, yang merupakan dimensi variabel (Nartin et al., 2024). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang akan menghasilkan data yang sama setiap kali digunakan.

Tabel 2. Uji Realibilitas

| Reliability Statistics | | Keterangan |
|-------------------------|------------|-----------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items | |
| 0.989 | 14 | <i>Reliable</i> |

Sumber: Data diolah, SPSS 25

Nilai alpha conbrach lebih besar dari 0,6, menunjukkan bahwa itu dapat dianggap reliabel dengan tingkat reliabilitas yang diterima.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

| Model | Coefficients ^a | |
|--------------------|---------------------------|-------|
| | Collinearity Statistics | |
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| Kualitas Pelayanan | 1.000 | 1.000 |

Sumber: Data diolah, SPSS 25

Kami menemukan bahwa, selain data normal, tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi, karena nilai toleransi kedua variabel independen lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dihitung dengan menggunakan analisis koefisien determinasi, juga dikenal sebagai analisis R² (R Square).

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .972 ^a | 0.945 | 0.943 | 1.58409 |

Sumber: Data diolah, SPSS 25

Ada 94% kemampuan variabel x untuk mempengaruhi variabel y, sedangkan 6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Nilai R Square yang disesuaikan adalah 0,943.

Uji Hipotesis

Uji koefisien regresi secara parsial adalah istilah lain untuk uji T (parsial). Pengujian signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y disebut Thitung. Nilai Ttabel dapat dihitung dengan menggunakan rumus $df = n - k - 1$ ($df = 38 - 1 - 1 = 36$), yang dengan tingkat signifikansi 0,05 menghasilkan nilai Ttabel sebesar 2,0281.

Tabel 5. Uji T

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 0.858 | 0.961 | | 0.893 | 0.378 |
| | Kualitas Pelayanan | 0.741 | 0.030 | 0.972 | 24.800 | 0.000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah, SPSS 25

Dengan demikian, t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $24.800 > 2,0281$. Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau < 0.000 . Oleh karena itu, H₁ diterima dapat diartikan bahwa variabel X₁ memiliki kontribusi terhadap variabel Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 6. Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1543.375 | 1 | 1543.375 | 615.054 | .000 ^b |
| | Residual | 90.336 | 36 | 2.509 | | |
| | Total | 1633.711 | 37 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah, SPSS 25

Dari hasil data output diketahui bahwa dengan nilai signifikan yang lebih kecil 0,000 ($< 0,05$). Oleh karena itu H₃ diterima dan H₀ ditolak, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan secara bersama- sama terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Menurut hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian ini menunjukkan bahwa indikator kualitas pelayanan seperti keandalan, responsibilitas, jaminan, empati, dan bukti fisik memberikan kontribusi yang signifikan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil dari pertanyaan responden menunjukkan bahwa kualitas layanan di Rumah Makan Mister Geprek seperti seberapa cepat karyawan menanggapi permintaan pelanggan. Dan hasil pengolahan data uji t statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan.

Pelayanan adalah setiap aktivitas yang menguntungkan bagi kelompok atau kelompok yang memberikan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik (Subiantoro & Pangeran, 2022). Pada dasarnya, setiap manusia membutuhkan pelayanan; lebih jauh lagi, pelayanan adalah bagian integral dari kehidupan manusia (Norjannah et al., 2020), memberi layanan (melayani) kebutuhan individu atau kelompok yang terkait dengan organisasi sesuai dengan prinsip dan prosedur yang telah ditetapkan (Riani, 2021).

Studi ini sejalan dengan penelitian Lesmana & Ratnasari yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Lesmana & Ratnasari, 2019), dilanjutkan dengan penelitian Cung & Rizki yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Cung, 2019). Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa faktor-faktor jaminan, responsifitas, dan ketangkasan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan di industri kuliner. Berdasarkan temuan ini, rumah makan Mister Geprek disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam hal jaminan dan responsif, agar pelanggan memiliki pengalaman yang lebih baik dan menjadi lebih setia.

4. KESIMPULAN

Seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian ini, variabel kualitas kepuasan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pelayanan, terutama pada UMKM Kuliner Rumah Makan Mister Geprek. Manajemen kualitas kepuasan sangat penting bagi perusahaan karena dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk tetap setia kepada mereka. Sebagai peneliti, saya percaya bahwa kepuasan positif dan kesadaran pelayanan dapat menjadi strategi yang bagus untuk meningkatkan minat beli pelanggan. Kombinasi ini dapat meningkatkan kepercayaan, meningkatkan daya tarik produk, dan berdampak positif pada keputusan pembelian pelanggan. Hal ini sesuai dengan hipotesis peneliti bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Mister Geprek.

REFERENCES

- Alimuddin, H., Abdullah, A., & Razak, F. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) . *Jurnal IPMAS*, 3(3 SE-Articles), 174–182. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.3.2023.361>
- Averil Rorizanda, & Bambang Suharto. (2024). Potensi Implementasi Teknologi Augmented Reality Pada Industri Food & Beverage Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(2 SE-Articles), 114–125. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v3i2.1682>
- Cung, K. C. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Indihome Pt. Telkom Indonesia (Persero) TBK Di Jakarta*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Deby Laras Wati, Vicka Septianingsih, Wildan Khoeruddin, & Zidan Quraish Al-Qorni. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1 SE-Articles), 265–282. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576>
- Faradannisa, M., & Supriyanto, A. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 76–94.
- Felix, A., & Rembulan, G. D. (2023). Digital Transformation And The Customer Experience: Enhancing Engagement And Loyalty . *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(03 SE-Articles), 228–240. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i03.6195>
- Firdaus, R., Kel, S., Margiutomo, S. A. S., Kom, S., Dulame, I. M., SE, M. M., Dwi Hastuti, S. E.,

- Yulhendri, S. T., Okma Yendri, S. T., & Bayu, S. E. (2023). *Tren Bisnis Digital (Optimasi & Optimalisasi Usaha Berbasis Digitalisasi)*. Efitra, S. Kom., M. Kom.
- Hanum, N., & Irawati, A. (2024). Pendekatan Manajemen Strategi Berbasis Perspektif terhadap Pengembangan Jiwa Wirausaha Bagi Pelaku UMKM dalam Mengelola Potensi Usaha Kuliner di Kabupaten Sampang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4 SE-Articles), 2539–2547. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1116>
- Hernando, I., & Hadisuwarno, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran l'am Geprek Benu Harapan Indah. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 722–736.
- Herningtyas, R., & Wirasenjaya, A. M. (2019). Pengembangan digital marketing desa wisata di dusun lopati kelurahan trimurti kabupaten bantul yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- Iqbal, T. (2024). Dampak Persepsi Konsumen dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris di Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(2), 45–57.
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2).
- MAYEFIS, D., HALIM, A., & HALIM, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Obat terhadap Kepuasan Pasien Apotek X Kota Padang. *JURNAL ILMU KEFARMASIAN INDONESIA*; Vol 13 No 2 (2015): JIFI. <http://jifi.farmasi.univpancasila.ac.id/index.php/jifi/article/view/86>
- Muhammad Haikal Faran Fajri, Nabil Naufal Zaki, & Randy Arista Pratama. (2024). Keberlanjutan Usaha Kuliner: Analisis Tantangan dan Strategi Pengembangan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3 SE-). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.23889>
- Nartin, S. E., Faturrahman, S. E., Ak, M., Deni, H. A., MM, C. Q. M., Santoso, Y. H., SE, S., Paharuddin, S. T., Suacana, I. W. G., & Indrayani, E. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Ndruru, H. O. (2021). Harapan Otomosi Ndruru Pengaruh Lokasi Usaha Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. Suang Di Kecamatan Lahusa Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(1 SE-Articles). <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/292>
- Neherta, N. M. (2023). *Stimulasi Perkembangan Untuk Anak Usia 18-24 Bulan*. Penerbit Adab.
- Norjannah, N., Setiawati, B., & Noor, Y. (2020). Kualitas Pelayanan Akta Kelahiran Dilihat Pada Aspek Responsiveness Dikantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tabalong. *JAPB*, 3(2 SE-Articles), 433–448. <https://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/289>
- Novira, A., Priatna, R., & Pradesa, H. A. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Kesehatan Puskesmas di Kabupaten Sumedang Tahun 2019. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 3(2), 288–302.
- Oliver, R. L., Rust, R. T., & Varki, S. (1997). Customer delight: Foundations, findings, and managerial insight. *Journal of Retailing*, 73(3), 311–336. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(97\)90021-X](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0022-4359(97)90021-X)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putri Salsabila Indrawan Lubis, & Rofila Salsabila. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2 SE-Articles), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Revalina, R. R. V., Ginting, R. R. B., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Restoran Cepat Saji Mcdonald's Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1 SE-Articles), 134–142. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/682
- Riani, N. K. (2021). Strategi Peningkatan Pelayanan Publik. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2443–2452. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i11.489>
- Sa'adah, L. (2020). *Kualitas layanan, harga, citra merk serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.

- Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S. T., Par, M., Sairaoka, I. P., St, S., Darwin Damanik, S. E., Se, M., Efrina, G., & Sari, R. (2023). *Metodologi penelitian*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Subiantoro, N., & Pangeran, P. (2022). Implementasi Pelayanan Prima terhadap Santri pada Pondok Pesantren. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 2(4), 143–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.58939/afosj-las.v2i4.460>
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41–53.
- Winarta, R. C., & Kunto, Y. S. (2013). The Influence of Bromo Asri Restaurant Service Quality on Satisfaction. *Journal of Marketing Management*, 1(1), 1–10.
- Zakariah, M. A., & Afriani, V. (2021). *Analisis statistik dengan spss untuk penelitian kuantitatif*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.