

ANALISIS KINERJA PENYELENGGARAAN MAKANAN DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN RESTORAN KHAS PADANG DI BOGOR

*(Food Service Performance Analysis and the Level of Customer Satisfaction in the
Ethnic Padang Restaurant in Bogor City)*

Nisa Sinti Atikah^{1*} dan Budi Setiawan¹

¹Departemen Gizi Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia (FEMA), Institut Pertanian Bogor, Bogor 16680

ABSTRACT

This research aimed to analyze food service performance and level of customer satisfaction in Ethnic Padang restaurant in Bogor City. Case study design was applied in this study. Sampling method of purposive sampling was carried out and number of subjects used was 99 people. Based on Importance Performance Analysis, results showed that the most important attribute was cleanliness of dining room and the highest performance levels was safety and hygiene products. Based on Customer Satisfaction Index the satisfaction value gained was 79 (satisfied). Spearman's correlation showed that there was relationship between income with quality of the product ($p < 0.05$).

Keywords: customer satisfaction, ethnic padang restaurant, food service

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan konsumen di Restoran khas Padang, Bogor. Penelitian ini bersifat studi kasus. Metode penarikan subjek dilakukan secara *purposive sampling* dan jumlah subjek yang digunakan sebanyak 99 orang. Hasil analisis berdasarkan *Importance Performance Analysis* atribut yang dirasakan paling penting adalah kebersihan ruangan dan tempat makan sedangkan atribut tingkat kinerja yang paling tinggi adalah keamanan dan kebersihan produk. Berdasarkan *Customer Satisfaction Index* diperoleh nilai kepuasan sebesar 79 (puas). Hasil uji korelasi *Spearman* menunjukkan adanya hubungan antara pendapatan dengan penilaian atribut mutu produk ($p < 0.05$).

Kata kunci: kepuasan konsumen, penyelenggaraan makanan, restoran khas padang

*Korespondensi: Departemen Gizi Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia (FEMA), Institut Pertanian Bogor, Bogor 16680. Email: nisasintiatikah@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang diperlukan untuk mempertahankan hidupnya. Seiring bertambahnya jumlah penduduk, maka permintaan terhadap makanan semakin tinggi. Kondisi ini merupakan peluang bagi produsen makanan untuk mengembangkan usaha dalam bidang jasa boga seperti membuka usaha restoran, rumah makan, kedai, maupun kafe.

Prospek usaha makanan khususnya dalam bentuk restoran di kota Bogor cukup menjanjikan. Hal ini terlihat dari data Dinas Informasi Kepariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor yang menyebutkan bahwa peningkatan jumlah restoran atau rumah makan pada tahun 2008 sebanyak 123 meningkat menjadi 137 pada tahun 2009. Restoran khas Padang adalah salah satu jenis restoran tradisional yang sudah dikenal luas oleh masyarakat Bogor dan sekitarnya.

Restoran khas Padang merupakan tempat makan yang menyediakan menu tradisional dengan cita rasa khas Minangkabau. Menu tradisional yang disediakan oleh restoran Padang biasanya adalah rendang, dendeng balado, ayam balado, gulai tunjang, ayam pop, dan menu khas kainnya yang bercita rasa pedas. Keberadaan restoran khas Padang ini tentunya tidak terlepas dari persaingan, baik antar restoran sejenis maupun dengan restoran modern. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan dan mendatangkan banyak konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan (Yi & Gong 2006).

Konsumen sebagai pemakai produk dari restoran khas Padang akan merasa puas jika kinerja restoran memenuhi harapan mereka (Aryani & Rosinta 2010). Demi menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen pihak restoran harus memperhatikan kegiatan penyelenggaraan makanan di restoran ini agar berjalan sebagaimana mestinya. Penyelenggaraan makanan adalah rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan menu sampai dengan pendistribusian makanan kepada konsumen dalam rangka pencapaian status kesehatan yang optimal melalui pemberian makanan yang tepat termasuk kegiatan pencatatan, pelaporan, dan evaluasi. Palacio dan Theis (2009) mengungkapkan bahwa tujuan utama penyelenggaraan makanan adalah menyajikan makanan agar konsumen merasa puas. Berdasarkan dari pemikiran tersebut maka dibutuhkan suatu analisis yang dapat mengukur kinerja penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan konsumen restoran khas Padang di kota Bogor.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis kinerja penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap mutu pelayanan dan mutu produk restoran khas Padang di Kota Bogor.

METODE

Desain, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis studi kasus. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober–November 2013 di restoran khas Padang Trio Permai Bogor.

Jumlah dan Cara Penarikan Subjek

Populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen restoran khas Padang Trio Permai Bogor. Teknik pengambilan subjek yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 99 orang.

Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh secara langsung yakni profil restoran, kegiatan penyelenggaraan makanan, karakteristik subjek, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Data primer diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner yang diberikan kepada subjek.

Pengolahan dan Analisis Data

Hubungan antar variabel kategorik dianalisis secara statistik menggunakan uji korelasi. Karakteristik subjek dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Kegiatan penyelenggaraan makanan (perencanaan menu, perencanaan anggaran, pembelian, penerimaan, penyimpanan, pengolahan, dan penyajian), tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan untuk menghasilkan tingkat kepuasan pada subjek. Analisis statistik inferensia digunakan untuk mengetahui hubungan tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan dengan penilaian tingkat kepuasan mutu produk dan mutu pelayanan restoran. Untuk menganalisis sejauh mana kepuasan konsumen terhadap atribut mutu produk dan mutu pelayanan menggunakan metode IPA dan CSI (Nugraha *et al.* 2013). Pengolahan data IPA dan CSI menggunakan program *Minitab 16 for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyelenggaraan Makanan

Perencanaan dalam restoran ini terbagi menjadi dua yaitu perencanaan menu dan anggaran. Perencanaan menu di restoran Trio Permai tidak berdasarkan siklus menu karena restoran ini menyajikan menu yang sama setiap harinya. Perencanaan anggaran untuk belanja bahan pangan dilakukan satu bulan satu kali oleh bendahara dengan memperhatikan perubahan harga bahan baku pangan yang ada di pasaran.

Pelaksanaan dalam restoran khas Padang terdiri dari pembelian, penerimaan, penyimpanan,

pengolahan, dan penyajian. Pembelian bahan pangan pada restoran ini terdiri dari dua cara yaitu pembelian langsung ke pasar dan pembelian melalui rekanan khusus untuk bahan pangan tertentu. Pembelian bahan pangan yang dilakukan di pasar meliputi bumbu-bumbu, bahan pangan yang tahan lama, sayur dan buah, daging, dan ikan. Restoran khas Padang menggunakan sistem FIFO (*First In First Out*) dalam sistem penyimpanannya dengan tujuan bahan pangan yang telah lama disimpan lebih dulu digunakan (Nurdianty *et al.* 2012). Pengolahan bahan pangan dilakukan oleh juru masak. Dalam tahap pengolahan ini pengolah pangan belum menggunakan atribut penutup kepala, masker, dan sarung tangan. Penggunaan alat pelindung diri pada proses pengolahan sangat dibutuhkan untuk menghindari kontaminasi terhadap pangan yang diolah. Penyajian makanan pada restoran khas Padang dilakukan dengan dua cara. Pertama makanan disajikan dengan cara dihidangkan pada piring-piring kecil dan

lauk dipisahkan dengan nasi. Cara kedua yaitu lauk dan nasi disajikan dalam satu piring yang sama.

Tingkat Kepentingan Mutu Produk dan Pelayanan

Tingkat kepentingan konsumen adalah keyakinan atau harapan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk atau jasa yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk atau jasa tersebut (Rangkuti 2002). Berdasarkan Tabel 1 dua atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi terhadap mutu produk adalah atribut nomor 1 dan nomor 3 yaitu cita rasa makanan dan minuman serta keamanan dan kebersihan dari makanan dan minuman yang disajikan dengan skor 439.

Atribut mutu pelayanan mewakili 5 dimensi jasa yaitu *tangible*, keandalan, kesigapan, empati, dan *assurance* (Widodo 2012). Kelima dimensi ini dijabarkan dalam 11 atribut mutu pelayanan (Tabel 2). Berdasarkan Tabel 2 tingkat kepentingan atribut yang dinilai paling tinggi terhadap mutu pelayanan

Tabel 1. Penilaian Tingkat Kepentingan Atribut Mutu Produk

Atribut	Tingkat Kepentingan (n x Skala)					Skor	Rataan
	SP	P	CP	KP	TP		
Mutu Produk:							
Cita rasa makanan dan minuman yang disajikan	250	168	21	0	0	439	4.434
Kesesuaian harga makanan/minuman	100	196	69	10	2	377	3.808
Keamanan dan kebersihan dari makanan dan minuman yang disajikan	310	104	33	0	0	439	4.515
Kesesuaian menu dengan selera	160	204	39	4	1	408	4.121
Variasi menu yang ditawarkan	145	220	42	2	0	409	4.131
Kesesuaian porsi makanan/minuman	95	192	84	8	0	379	3.828
Ukuran dan bentuk potongan hidangan	85	200	78	8	2	373	3.767

Keterangan: SP = Sangat penting, P = Penting, CP = Cukup penting, KP = Kurang penting, TP = Tidak penting

Tabel 2. Penilaian Tingkat Kepentingan Atribut Mutu Pelayanan

Atribut	Tingkat Kepentingan (n x Skala)					Skor	Rataan
	SP	P	CP	KP	TP		
Mutu Pelayanan:							
Fasilitas toilet, washtafel, pengering tangan, dan cermin (<i>sanitary kit</i>)	270	132	22	2	0	437	4.414
Penataan eskterior dan interior ruangan	135	204	54	6	0	399	4.030
Keramahan pelayanan	300	128	15	2	1	446	4.505
Suasana restoran	190	184	42	2	0	418	4.222
Kebersihan ruangan dan tempat makan	315	124	12	2	0	453	4.575
Pengetahuan dan kemampuan pramusaji dalam menjelaskan menu	135	196	60	4	1	396	4.000
Kemudahan proses pembayaran	170	224	21	4	0	419	4.232
Keterampilan pramusaji dalam memberikan pelayanan yang cepat	200	192	30	2	0	424	4.282
Kesabaran pramusaji dalam melayani pelanggan	220	184	21	2	1	428	4.323
Kemudahan berkomunikasi antara pelanggan dengan pramusaji	195	204	12	6	2	419	4.232
Kecepatangngapan pramusaji terhadap keluhan pelanggan	220	196	12	6	0	432	4.363

Keterangan: SP = Sangat penting, P = Penting, CP = Cukup penting, KP = Kurang penting, TP = Tidak penting

adalah atribut nomor 5 yaitu kebersihan ruangan dan tempat makan dengan skor 453.

Tingkat Kinerja Restoran Terhadap Mutu Produk dan Mutu Pelayanan

Pengukuran tingkat kinerja dimaksudkan untuk mengetahui seberapa puas konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Dalam hal ini subjek diminta untuk merangking tingkat kinerja masing-masing atribut dengan menggunakan skala Likert. Hasil perhitungan tingkat kinerja digunakan sebagai dasar perhitungan indeks kepuasan konsumen.

Berdasarkan Tabel 3 atribut kinerjanya dinilai paling tinggi oleh konsumen adalah atribut nomor 8 yaitu keterampilan pramusaji dalam memberikan pelayanan yang cepat dengan skor 401. Secara keseluruhan konsumen telah puas dengan kinerja pelayanan. Hal ini harus dipertahankan pihak restoran. Konsumen yang puas biasanya akan melakukan pembelian ulang dan berpotensi menjadi pelanggan

yang loyal. Pelanggan yang loyal diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada restoran (Widyaratna & Chandra 2001).

Berdasarkan Tabel 4 atribut mutu produk yang tingkat kinerjanya dinilai paling tinggi adalah keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan dengan skor 412. Tingkat kinerja restoran khas Padang dinilai setelah konsumen mendapatkan pelayanan di restoran.

Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Mutu Produk dan Mutu Pelayanan menggunakan Metode IPA (*Importance and Performance Analysis*)

Kepuasan konsumen diketahui dengan cara melakukan penilaian tingkat kepentingan dan kinerja setelah konsumen melakukan pembelian. Setelah diperoleh nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut yang dianalisis, selanjutnya menempatkan nilai-nilai tersebut ke dalam diagram kartesius untuk mengetahui

Tabel 3. Hasil Penilaian Tingkat Kinerja Atribut Mutu Pelayanan

Atribut	Tingkat Kepentingan (n x Skala)					Skor	Rataan
	SP	P	CP	KP	TP		
Mutu Pelayanan:							
Fasilitas toilet, washtafel, pengering tangan, dan cermin (<i>sanitary kit</i>)	140	188	69	2	0	399	4.030
Penataan eskterior dan interior ruangan	80	140	66	2	0	388	3.919
Keramahan pelayanan	155	160	78	4	0	397	4.010
Suasana restoran	70	252	66	0	0	388	3.919
Kebersihan ruangan dan tempat makan	110	208	69	4	0	391	3.949
Pengetahuan dan kemampuan pramusaji dalam menjelaskan menu	55	236	81	4	0	376	3.798
Kemudahan proses pembayaran	105	224	57	6	0	392	3.960
Keterampilan pramusaji dalam memberikan pelayanan yang cepat	140	192	69	0	0	401	4.051
Kesabaran pramusaji dalam melayani pelanggan	100	216	72	2	0	390	3.939
Kemudahan berkomunikasi antara pelanggan dengan pramusaji	80	252	51	6	0	389	3.929
Kecepatan tanggapan pramusaji terhadap keluhan pelanggan	115	236	42	6	0	399	4.030

Keterangan: SP = Sangat penting, P = Penting, CP = Cukup penting, KP = Kurang penting, TP = Tidak penting

Tabel 4. Hasil Penilaian Tingkat Kinerja Atribut Mutu Produk

Atribut	Tingkat Kepentingan (n x Skala)					Skor	Rataan
	SP	P	CP	KP	TP		
Mutu Produk:							
Cita rasa makanan dan minuman yang disajikan	145	204	48	6	0	407	4.071
Kesesuaian harga makanan/minuman	95	192	90	4	0	381	3.848
Keamanan dan kebersihan dari makanan dan minuman yang disajikan	155	212	45	0	0	412	4.162
Kesesuaian menu dengan selera	110	240	48	2	0	400	4.040
Variasi menu yang ditawarkan	105	248	36	8	0	397	4.010
Kesesuaian porsi makanan/minuman	75	240	72	0	0	390	3.909
Ukuran dan bentuk potongan hidangan	60	236	75	6	0	377	3.808

Keterangan: SP = Sangat penting, P = Penting, CP = Cukup penting, KP = Kurang penting, TP = Tidak penting

atribut mutu produk yang merupakan prioritas perbaikan restoran dan atribut yang merupakan keunggulan restoran. Pengukuran dilakukan menggunakan metode *Importance and Performance Analysis* (IPA) yang dijabarkan didalam diagram kartesius di bawah ini.

Kuadran A sebagai prioritas utama. Atribut-atribut yang terletak pada kuadran A merupakan atribut yang memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingannya cukup tinggi (Rangkuti 2002). Berdasarkan Gambar 1 tidak terdapat atribut mutu produk dari restoran khas Padang yang masuk dalam kuadran A.

Kuadran B sebagai keunggulan. Kuadran kedua merupakan kuadran yang menunjukkan kinerja restoran khas Padang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Atribut-atribut pada kuadran B merupakan prestasi bagi restoran, karena itu pihak restoran harus mampu mempertahankan kinerja pada atribut-atribut tersebut. Atribut-atribut yang termasuk pada kuadran B ini adalah (1) cita rasa makanan dan minuman yang disajikan, (3) keamanan dan kebersihan minuman yang disajikan, (4) kesesuaian menu dengan selera, (5) variasi menu yang ditawarkan. Konsumen merasakan telah puas dengan kinerja atribut-atribut tersebut dan harus dikelola dengan baik serta tetap dipertahankan agar konsumen merasa sangat puas pada atribut-atribut tersebut.

Kuadran C sebagai prioritas rendah. Kuadran C berisikan atribut-atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh subjek dan pada kenyataannya kinerja restoran juga tidak terlalu baik. Peningkatan atau perbaikan pada atribut-atribut dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali oleh pihak restoran karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil. Atribut tersebut meliputi (2) kesesuaian harga makanan dan minuman, (6) kesesuaian porsi makanan dan minuman, (7) ukuran dan bentuk potongan hidangan.

Kuadran D sebagai atribut yang dilakukan secara berlebihan. Kuadran ini menunjukkan tingkat kepentingan atribut yang dinilai rendah, namun pelaksanaannya atau kinerjanya dinilai berlebihan

oleh konsumen. Berdasarkan Gambar 1 tidak terdapat atribut mutu produk dari restoran khas Padang yang masuk dalam kuadran D.

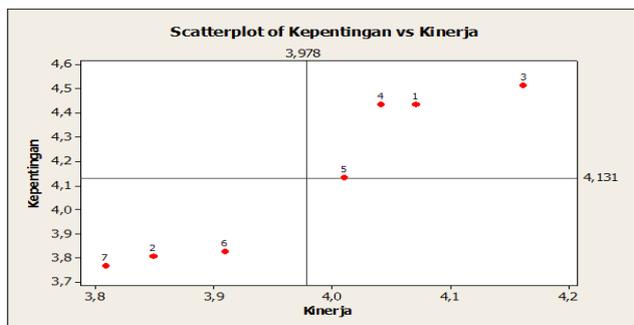
Diagram kartesius hasil pengukuran atribut mutu pelayanan dengan menggunakan metode IPA dapat dilihat pada Gambar 2. Terdapat 11 atribut mutu pelayanan yang dianalisis tingkat kepuasannya menurut konsumen.

Kuadran A sebagai prioritas utama. Berdasarkan Gambar 2 atribut mutu pelayanan dari restoran khas Padang yang masuk dalam kuadran A adalah (5) kebersihan ruangan dan tempat makanan dan (9) kesabaran pramusaji dalam melayani pelanggan. Kebersihan ruangan dan tempat makan merupakan faktor yang sangat penting bagi konsumen dalam memilih tempat makan. Atribut ini dinilai oleh konsumen masih belum memenuhi harapannya. Konsumen menyatakan bahwa kebersihan ruangan dan tempat makan harus lebih diperhatikan lagi terutama harus bebas dari lalat sehingga tidak mengganggu kenyamanan konsumen saat makan. Menurut hasil penelitian Raharjani (2005) kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang baik.

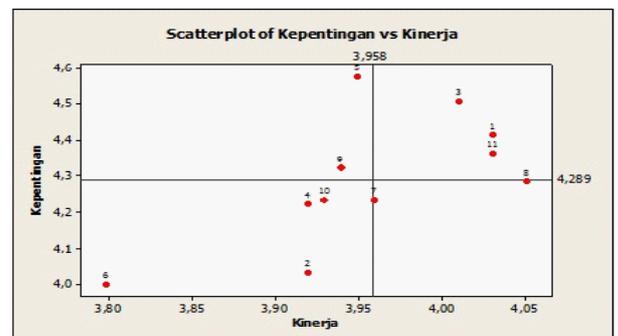
Kuadran B sebagai keunggulan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran B ini adalah (1) fasilitas toilet, *washtafel*, dan *sanitary kit*, (3) keramahan pelayanan, dan (11) kecepat tanggapan pramusaji terhadap keluhan pelanggan. Atribut-atribut tersebut dirasakan telah puas kinerjanya oleh konsumen dan harus dikelola dengan baik serta tetap dipertahankan agar konsumen merasa sangat puas pada atribut-atribut tersebut.

Kuadran C sebagai prioritas rendah. Atribut yang termasuk kedalam kuadran C adalah (2) penataan eksterior dan interior ruangan, (4) suasana restoran, (6) pengetahuan dan kemampuan pramusaji dalam menjelaskan menu, dan (10) kemudahan berkomunikasi antara pelanggan dengan pramusaji.

Kuadran D sebagai atribut yang dilakukan secara berlebihan. Atribut mutu pelayanan dari restoran khas Padang yang termasuk ke dalam kuad-



Gambar 1. Pemetaan Diagram Kartesius Atribut Mutu Produk menjadi Kuadran A, B, C, dan D



Gambar 2. Pemetaan Diagram Kartesius Atribut Mutu Pelayanan menjadi Kuadran A, B, C, dan D

ran D adalah (7) kemudahan proses pembayaran dan (8) keterampilan pramusaji dalam memberikan pelayanan yang cepat. Kedua atribut ini kinerjanya sudah sangat baik sehingga tidak diperlukan peningkatan kinerja lagi.

Tingkat Kepuasan Konsumen berdasarkan Metode CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Nilai indeks kepuasan konsumen merupakan fungsi perbedaan antara harapan dan persepsi terhadap kinerja (Mensah 2009). Nilai CSI restoran khas Padang diperoleh sebesar 79% yang berada pada rentang skala 0.66–0.88 (66%–80%) yang berarti secara umum konsumen telah puas terhadap kinerja restoran khas Padang. Meskipun nilai indeks kepuasan konsumen berada pada tingkat kepuasan yang cukup baik, pihak restoran sebaiknya tetap meningkatkan kinerja agar nilai CSI turut meningkat hingga mendekati 100% sehingga konsumen merasa sangat puas dan loyalitas pun terjaga.

KESIMPULAN

Berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), diperoleh bahwa atribut-atribut unggulan mutu produk dari restoran khas Padang di Kota Bogor adalah cita rasa makanan dan minuman yang disajikan, keamanan dan kebersihan minuman yang disajikan, kesesuaian menu dengan selera, dan variasi menu yang ditawarkan. Sementara atribut unggulan mutu pelayanan dari restoran ini adalah fasilitas toilet, washtafel, dan *sanitary kit*, keramahan pelayanan, dan kecepatan tanggapan pramusaji terhadap keluhan pelanggan. Secara umum tingkat kepentingan terhadap atribut mutu produk dan mutu pelayanan dinilai oleh konsumen dalam rentang penting hingga sangat penting. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) di restoran khas Padang adalah 0.79. Nilai ini berada pada rentang 0.66–0.80 yang berarti secara umum indeks kepuasan konsumen pada restoran khas Padang berada pada kriteria puas.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah perlu dilakukan analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada karyawan restoran khas Padang sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan baik dari sisi konsumen maupun karyawan restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani D & Rosinta F. 2010. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *J. Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Mensah I. 2009. Customers' perception of food service quality: the case of cape coast. *Journal of Business and Enterprise Development*, 1(1), 138–154.
- Nugraha R, Harsono A, & Adiarto H. 2013. Usulan peningkatan kualitas pelayanan jasa pada bengkel "x" berdasarkan hasil matrix importance performance analysis. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 1(4), 174–184.
- Nurdianty, Radhiyah, Daetilan DM, & Nawir N. 2012. Penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan atlet di pusat pendidikan dan latihan pelajar dinas pendidikan pemuda dan olahraga makassar. *Media Gizi Masyarakat Indonesia*, 1(2), 91–96
- Palacio & Theis. 2009. *Introduction to Food Service*. Edisi ke-11. Pearson Education, Ohio.
- Raharjani J. 2005. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja (studi kasus pada pasar swalayan di kawasan seputar simpang lima semarang. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 2(1), 1–15.
- Rangkuti. 2002. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Widodo P. 2012. Hubungan antara service quality dengan kepuasan konsumen di restoran X. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 3(2), 56–70.
- Widyaratna T & Chandra F. 2001. Analisis kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap tingkat penjualan di warung bu Kris. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 85–95).
- Yi Y & Gong T. 2006. The antecedents and consequences of service customer citizenship and badness behavior. *Seoul Journal of Business*, 12(2), 145–176.