

# FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN YEOJAFOOD DI KARANGANYAR

Novi Anarima Wahyuning Hapsari<sup>1</sup>, Jumriah Basri<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Terbuka. E-mail: [novianaaa0211@gmail.com](mailto:novianaaa0211@gmail.com)

<sup>2</sup>Prodi Manajemen Universitas Ichsan Sidenreng Rappang. E-mail: [jumriahbasri1@unifa.ac.id](mailto:jumriahbasri1@unifa.ac.id)

---

**Abstract:** Basically, in the culinary industry, food products are a key factor that plays a major role in the success of a business. Therefore, every restaurant needs to prioritize the quality of its products so that consumers feel satisfied and the business can excel in the midst of market competition. The purpose of this study is to identify the factors of food product quality at Yeojafood Restaurant and their impact on customer satisfaction. The method used in this research is a case study with a qualitative approach. Data collection in the study was conducted through direct observation of actual conditions, as well as in-depth interviews with the owner and customers of Yeojafood Restaurant. The result showed that product quality plays a significant role maximizing customer satisfaction. Factors such as taste, number of servings, presentation appearance, and menu diversity also contribute significantly to increasing customer satisfaction. From this study, it can be concluded that customer satisfaction is formed when perceptions of these product quality factor exceed their expectations. Optimal product quality not only creates momentary satisfaction but also encourages loyalty from customers.

**Keywords:** Quality, Product, Food, Satisfaction, Consumer

---

**Abstrak:** Pada dasarnya dalam industri kuliner, produk makanan merupakan faktor kunci yang berperan besar dalam keberhasilan suatu bisnis. Oleh karena itu, setiap restoran perlu memprioritaskan mutu dari produknya sehingga konsumen merasa puas dan bisnis dapat unggul di tengah persaingan pasar. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi faktor-faktor kualitas produk makanan di Restoran Yeojafood serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan observasi langsung terhadap kondisi aktual, serta melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan pelanggan dari Restoran Yeojafood. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peran besar dalam memaksimalkan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti rasa, jumlah porsi, tampilan penyajian, dan keragaman menu turut memainkan peran besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk ketika persepsi terhadap faktor-faktor kualitas produk tersebut melebihi harapan mereka. Kualitas produk yang optimal tidak hanya menciptakan kepuasan sesaat, tetapi juga mendorong loyalitas dari pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas, Produk, Makanan, Kepuasan, Konsumen

---

## 1. Pendahuluan

Di era modern saat ini, industri kuliner dapat digolongkan sebagai salah satu sektor yang paling dinamis dan berperan besar dalam perekonomian. Pada dasarnya, industri kuliner dapat diartikan sebagai suatu usaha yang secara khusus bergerak pada bidang produksi minuman dan makanan, serta dijalankan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal bagi pengusaha. Sayangnya, untuk meraih tujuan tersebut pelaku

usaha harus menghadapi berbagai macam tantangan sehingga mereka juga perlu merancang upaya dan strategi untuk mengatasinya. Pengusaha dituntut untuk memenangkan persaingan bisnis yang semakin ketat dan sengit agar kelangsungan usaha mereka terjamin dalam jangka panjang. Adanya kondisi dan tantangan tersebut rupanya juga berlaku bagi Restoran Yeojafood.

Restoran Yeojafood merupakan salah satu usaha kuliner di Kabupaten Karanganyar yang dikelola oleh Ibu Daru Wijaya sejak tahun 2023 dengan menawarkan berbagai menu makanan khas Koreanya. Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan jumlah restoran sejenis mengalami perkembangan yang begitu pesat. Hal ini terlihat dari ada banyaknya pesaing baru yang muncul dan menawarkan produk serupa. Angka pertumbuhan jumlah restoran ini mengindikasikan bahwa persaingan di industri kuliner kian sengit, sehingga perlu bagi pelaku bisnis restoran khususnya Yeojafood untuk memfokuskan upaya pada peningkatan dan pemantauan kualitas produk sebagai langkah strategis dalam menjaga kepuasan pelanggan. Hal ini sangat krusial mengingat kualitas makanan adalah keseluruhan karakteristik suatu produk makanan yang mampu memuaskan keinginan konsumen sehingga produk tersebut pantas untuk dibeli (Prasetyo & Sunarti, 2020). Menurut Zega et al. (2025), kualitas makanan yang disiapkan di dapur sangat penting dan perlu dinilai secara komprehensif, mencakup aspek rasa, tampilan, aroma, tekstur, dan kesegaran. Oleh karena itu, fokus Yeojafood pada peningkatan dan pemantauan aspek-aspek kualitas makanan mampu dijadikan sebagai strategi utama untuk bertahan dan unggul dalam persaingan.

Berdasarkan latar belakang dan kajian literatur, perumusan masalah dalam penelitian ini mencakup tiga hal utama, yaitu strategi apa yang dilakukan Restoran Yeojafood di Kabupaten Karanganyar untuk meningkatkan kualitas produk, seberapa efektif strategi tersebut dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, serta faktor-faktor kualitas produk apa yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga rumusan masalah ini menjadi dasar untuk memahami upaya peningkatan kualitas yang dilakukan restoran serta bagaimana respon pelanggan terhadap upaya tersebut.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi Restoran Yeojafood dalam memperhatikan dan mengelola kualitas produk makanannya serta menganalisis dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang bermanfaat bagi pihak restoran mengenai pentingnya pengelolaan kualitas produk dalam mencapai keunggulan kompetitif, sekaligus menjadi referensi bagi pelaku usaha kuliner lainnya dalam meningkatkan kualitas dan daya saing usahanya.

## 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus Restoran Yeojafood. Pada dasarnya, metode penelitian dapat diartikan

sebagai suatu upaya atau cara sistematis yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling untuk pemilik Restoran Yeojafood sebagai informan utama dan teknik convenience sampling untuk lima orang pelanggan yang dipilih berdasarkan kemudahan akses saat datang ke restoran tanpa kriteria khusus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif terhadap kondisi aktual Restoran Yeojafood dan wawancara semi terstruktur yang mencakup topik seperti strategi pemilik restoran untuk meningkatkan kualitas produknya, serta seberapa efektif strategi peningkatan kualitas produk tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan reduksi data yang disajikan dalam bentuk narasi dan kutipan langsung. Sedangkan kesimpulan ditarik berdasarkan pola temuan yang teridentifikasi dari transkrip wawancara dan catatan observasi.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **a. Kondisi Aktual**

Restoran Yeojafood merupakan salah satu usaha kuliner yang menawarkan berbagai macam menu makanan khas Korea di Kabupaten Karanganyar. Menu yang ditawarkan restoran ini mencakup berbagai hidangan seperti Tteokbokki, Korean Chicken Popcorn, Sup Mandu, dan lain sebagainya. Nama restoran “Yeojafood” sendiri mencakup kata “Yeoja” dalam bahasa Korea yang berarti “Wanita” di mana mencerminkan komitmen bahwa restoran ingin menyajikan menu masakan yang dibuat oleh seorang wanita dengan cinta dan ketulusan. Restoran ini dikelola oleh Ibu Daru Wijaya dan tiga orang karyawannya sejak tahun 2023, dengan mengutamakan kualitas produk yang mereka tawarkan demi memastikan setiap pengunjung merasa puas setelah bersantap di restoran ini.

#### **b. Strategi Pemilik Restoran Dalam Membentuk Kualitas Produk**

Dalam usaha kuliner, salah satu faktor yang berperan penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan ialah kualitas produk yang diberikan. Dengan terpenuhinya nilai kualitas produk oleh pelanggan, maka persepsi positif dapat terbentuk. Keberadaan persepsi kualitas sendiri dapat menjadi pendorong bagi pelanggan untuk membeli suatu produk ketika mereka memiliki keterbatasan informasi, uang, dan waktu dalam membuat keputusan pembelian (Tanjung Sari & Ginting, 2025). Dengan demikian, sangatlah penting bagi seorang pengusaha khususnya Restoran Yeojafood untuk memfokuskan kualitas produknya agar dapat memenangkan kepercayaan pelanggan dan memenangkan persaingan di pasar yang kompetitif. Melalui wawancara, peneliti menanyakan mengenai strategi yang diterapkan pemilik restoran tersebut dalam menghasilkan produknya agar memiliki kualitas yang unggul dibandingkan kompetitor lainnya. Pemilik Restoran Yeojafood yakni Ibu Daru Wijaya, mengungkapkan bahwa salah satu strategi untuk menjaga kualitas produknya adalah dengan mengutamakan penggunaan bahan baku

yang bermutu tinggi. Selain itu, ia juga berupaya untuk menampilkan produk yang ditawarkan dalam keadaan tertata rapi, menarik, dan estetik agar pelanggan merasakan nilai kepuasan lebih dibandingkan pesaing.

### c. Strategi Penggunaan Bahan Baku Berkualitas

Pemilik restoran menempatkan faktor bahan baku sebagai strategi utama dalam keberhasilan membentuk kualitas produk makanan yang ditawarkan. Berikut adalah pernyataan Ibu Daru Wijaya (51 tahun, pemilik restoran) dalam wawancara yang telah dilakukan:

*“Dari segi keunggulan produk, kami berani menjamin kalau bahan-bahan yang dipakai bikin makanan punya kualitas bagus. Kalau pakai bahan yang kondisinya bagus, pasti hasil rasanya juga bakal enak.”*

*“Bahan yang kondisinya bagus itu, biasanya kelihatan segar, bersih, dan nggak kelihatan rusak.”*

Melalui pernyataan tersebut, maka Restoran Yeojafood berkeyakinan bahwa hasil kualitas produk dengan rasa yang lezat memiliki hubungan yang berbanding lurus dengan kondisi bahan baku yang digunakan. Pemilik restoran menambahkan pernyataan bahwa istilah bahan dengan kondisi bagus mencakup beberapa aspek yang perlu diperhatikan di antaranya seperti kesegaran, ke higienisan, dan bentuk fisik bahan. Penggunaan bahan baku yang segar, terutama untuk sayuran, daging, dan bumbu khas Korea, memiliki peran besar yang memengaruhi tekstur dan cita rasa otentik. Sedangkan kondisi bahan yang bersih mampu meminimalkan risiko kontaminasi dan memastikan keamanan makanan untuk dikonsumsi.

Selanjutnya untuk menilai sejauh mana keberhasilan strategi pemilik restoran dalam menyajikan produk berkualitasnya melalui faktor penggunaan bahan baku kondisi baik terhadap persepsi kepuasan pelanggan, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa responden. Wawancara dilakukan dengan membahas mengenai elemen-elemen kualitas makanan yang dipesan oleh pelanggan, terutama yang berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan bahan baku menu yang disajikan. Hasil wawancara diperoleh sebagai berikut:

Naufal Dewantoro (26 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*“Dari menu Korean Chicken Popcorn yang saya pesan ini, rasanya masih panas, lalapannya segar dan ayamnya juga empuk. Rasanya enak dan konsisten.”*

Sinta (17 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*“Saya pesan Sup Mandu. Kuahnya segar dan masih panas, cocok buat musim hujan kayak gini. Rasa daging buat isian pangsitnya juga berasa.”*

Azzahra Reswari (17 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*“Saya pesan Sup Mandu dan Korean Chicken Popcorn. Buat Sup Mandu rasanya enak, dagingnya berasa dan teksturnya nggak terlalu halus. Terus*

*Korean Chicken Popcornnya juga enak, ayamnya bersih, nggak bau aneh, dan tanpa tulang.”*

Pinda (22 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*“Saya pesan Korean Rabbokki. Dari segi mienya enak, tebal, dan kenyal beda dari mie yang biasanya. Tteokbokkinya empuk dan mateng terus sausnya juga manis gurih.”*

Ayu Lestari (24 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*“Saya beli Korean Chicken Katsu. Ayamnya tebal dan minim tepung. Saladnya masih fresh, tapi sausnya kurang berasa dan agak hambar kalau dimakan bareng nasi.”*

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelanggan Restoran Yeojafood, didapatkan hasil bahwa empat dari lima responden merasakan kepuasan dari kualitas seluruh komponen bahan makanan yang terdapat dalam menu yang dipesan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Restoran Yeojafood terbukti efektif dalam menciptakan nilai kepuasan pelanggan.

#### **d. Strategi Penataan Makanan**

Strategi penataan makanan merupakan salah satu aspek yang memengaruhi persepsi kualitas dan berperan sebagai bagian integral dari penawaran produk. Ibu Daru Wijaya (51 tahun, pemilik restoran) menyatakan:

*“Selain pakai bahan yang bagus, kami juga menata hasil masakan sedemikian rupa biar estetik. Jadi pelanggan bisa merasa puas kalau beli di sini.”*

Melalui pernyataan tersebut, maka dapat diketahui bahwa Restoran Yeojafood juga menerapkan strategi untuk membentuk kepuasan pelanggannya dengan menampilkan penataan produk makanan dengan estetik dan menarik. Pendekatan ini dilakukan secara aktif guna menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan dan mendorong loyalitas pelanggan. Loyalitas sendiri dapat diartikan sebagai sikap positif pelanggan serta komitmen mereka untuk tetap menggunakan produk tersebut, meskipun terdapat pilihan lain dari pesaing (Tanjung Sari & Ginting, 2025). Dengan demikian, melalui terbentuknya loyalitas pelanggan dapat mendorong suatu bisnis untuk meraih keberhasilan persaingan pasar.

Selanjutnya untuk menilai sejauh mana keberhasilan strategi pemilik restoran dalam menyajikan produk berkualitas melalui faktor penataan makanan terhadap kepuasan pelanggan, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa responden. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pendapat atau pandangan mereka mengenai tampilan penyajian hidangan di Restoran Yeojafood. Hasil wawancara diperoleh sebagai berikut:

Naufal Dewantoro (26 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*“Dari segi penampilan sudah bagus, makanan disajikan dengan keadaan bersih dan rapi.”*

Sinta (17 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Platingnya kelihatan cantik. Cocok buat difoto dulu sebelum makan."*

Azzahra Reswari (17 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Estetik dan cantik juga buat difoto-foto."*

Pinda (22 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Tampilan makanannya oke, penempatan makanannya juga bagus. Jadi kelihatan enak walau sebenarnya memang enak."*

Ayu Lestari (24 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Menurutku tampilan makanannya sudah termasuk bagus dan nggak ditaruh asal-asalan."*

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelanggan Restoran Yeojafood, didapatkan hasil bahwa penyajian yang rapi, menarik, dan estetik secara tidak langsung mampu meningkatkan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas rasa. Faktor ini secara tidak langsung mampu menciptakan persepsi pelanggan bahwa jika makanan disajikan dengan indah, maka proses memasaknya pun dilakukan dengan perhatian dan kualitas tinggi.

#### **e. Tingkat Kepuasan Produk Oleh Pelanggan**

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk kuliner merupakan indikator penting yang menentukan seberapa baik makanan yang ditawarkan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Untuk mengetahui persepsi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, maka peneliti melakukan wawancara mengenai adakah kemungkinan faktor-faktor dari sisi produk yang dirasa kurang memuaskan oleh pelanggan serta saran yang ingin mereka sampaikan kepada Restoran Yeojafood. Hasil wawancara diperoleh sebagai berikut:

Naufal Dewantoro (26 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Kalau untuk saya pribadi, masih aman dan belum ada yang mengecewakan. Cuma kalau bisa porsi makanannya agak dibanyakin dan kalau memang nambah harga juga saya nggak masalah."*

Sinta (17 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Belum ada kok. Disini menunya juga ada macam-macam, tapi kalau saran bolehlah tambahin menu jajangmyeon."*

Azzahra Reswari (17 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Kalau puas atau tidaknya, saya puas. Makanan di sini enak-enak semua, dan cocok dilidah."*

Pinda (22 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Buat sekarang, masih nggak ada kak. Sejauh ini rasanya enak, tampilannya bagus buat dijadikan story, porsinya juga sudah pas."*

Ayu Lestari (24 tahun, pelanggan restoran) menyatakan:

*"Selain sausnya tadi, overall sudah bagus dan tidak mengecewakan."*

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelanggan Restoran Yeojafood, didapatkan hasil bahwa pelanggan merasakan kepuasan dari produk yang ditawarkan.

Kepuasan tersebut tercipta dari rasa makanan yang enak dan tampilan penyajian yang estetik. Namun dari sejumlah pelanggan yang diwawancarai, terdapat beberapa ketidakpuasan yang juga mereka rasakan. Ketidakpuasan tersebut di antaranya seperti rasa saus yang kurang berbumbu serta kurangnya jumlah porsi yang disajikan oleh Restoran Yeojafood. Hal ini menunjukkan bahwa Restoran Yeojafood perlu memperbaiki kekurangan tersebut agar kepuasan pelanggan semakin maksimal.

### **Pembahasan**

Restoran Yeojafood menyusun strategi pembentukan kualitas produknya dengan memperhatikan faktor penggunaan bahan baku bermutu serta penataan hasil makanan yang estetik. Pemilik menyatakan bahwa ia menggunakan bahan dalam kondisi yang baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Komponen bahan dalam kondisi baik yang dimaksud mencakup aspek kesegaran, kebersihan atau ke higienisan, hingga kondisi fisik yang baik.

#### **a. Kesegaran:**

Melalui observasi pada Restoran Yeojafood, didapatkan hasil bahwa Ibu Daru Wijaya terbukti hanya menggunakan bahan dengan kondisi segar untuk menjaga cita rasa dan kandungan gizi produk makanannya.

#### **b. Kebersihan atau Ke higienisan:**

Melalui observasi, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa Restoran Yeojafood memang berkomitmen terhadap kebersihan produknya di setiap tahap proses baik sebelum, saat, dan setelah pembuatan makanan. Komitmen tersebut terlihat jelas dari kebiasaan yang dijalankan oleh seluruh karyawan restoran tersebut. Karyawan Restoran Yeojafood telah diberikan pelatihan yang mana sebelum proses memasak dimulai, mereka diminta agar mencuci bahan baku makanan demi memastikan tidak ada kotoran yang terbawa dalam proses produksi masakan. Selain itu, karyawan juga mengenakan seragam kerja yang rapi dan bersih, lengkap dengan penutup kepala dan masker sebagai bentuk kepatuhan standar higienitas di dapur. Para karyawan juga rutin membersihkan ruang masaknya baik sebelum maupun sesudah digunakan. Hal ini menunjukkan standar operasional yang tinggi dan perhatian terhadap keamanan makanannya.

#### **c. Kondisi Fisik yang Baik:**

Pada komponen ini, Restoran Yeojafood selalu memastikan bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan produk tidak cacat atau rusak. Bahan baku rusak yang selalu dihindari oleh restoran ini mencakup di antaranya sayuran layu, daging tidak segar, maupun bumbu masakan kadaluwarsa.

Kekonsistenan penerapan strategi kualitas produk yang berfokus pada penggunaan dan pengolahan bahan baku bermutu, terbukti efektif dalam pembentukan nilai kepuasan pelanggan Restoran Yeojafood. Strategi ini berhasil diwujudkan dalam cita rasa yang disukai dan diakui oleh sebagian besar pelanggan Restoran Yeojafood melalui proses wawancara. Dengan demikian, investasi pada bahan baku berkualitas tergolong sebagai salah satu faktor yang mampu menciptakan nilai lebih bagi pelanggan.

Kemudian dalam penerapan strategi nilai estetika, penyajian makanan berperan sebagai aspek penciptaan kesan pertama oleh pelanggan. Faktor ini berfungsi dalam meningkatkan persepsi nilai, menggugah selera, dan menciptakan pengalaman bersantap yang memuaskan. Berdasarkan wawancara di Restoran Yeojafood, penerapan strategi ini terbukti efektif sebagai salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penyajian yang rapi, menarik, dan estetik secara tidak langsung mampu meningkatkan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas rasa. Pelanggan cenderung menyimpulkan bahwa jika masakan disajikan dengan indah, maka proses memasaknya juga dilakukan dengan penuh perhatian dan kualitas yang tinggi.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Restoran Yeojafood sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, khususnya melalui penggunaan bahan makanan bermutu dan penyajian yang rapi dan estetik. Strategi ini terbukti efektif meningkatkan persepsi pelanggan, terutama terkait cita rasa dan tampilan hidangan, meskipun beberapa pelanggan menyarankan adanya variasi porsi dan penambahan menu Korea lainnya. Dengan fokus pada peningkatan kualitas dan perbaikan berkelanjutan berdasarkan masukan pelanggan, Restoran Yeojafood berpeluang semakin unggul dalam persaingan melalui kemampuan menarik serta mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan temuan tersebut, peneliti merekomendasikan agar restoran terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk, memperhatikan faktor lain yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta melakukan survei atau menyediakan saluran umpan balik yang mudah diakses. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas kajian dengan menambahkan variabel seperti kualitas pelayanan, harga, maupun biaya produksi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait kepuasan konsumen di Restoran Yeojafood.

#### References

- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). PENGANTAR MANAJEMEN PEMASARAN. DEEPUBLISH.
- Dewi, L. S. (2025). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Takaza Innovatix Labs.
- Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Perspsi Harga terhadap Minat Pembelian Ulang pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 180-186.
- Manap, A. (2025). BUKU AJAR SEMINAR MANAJEMEN PEMASARAN. Alungcipta.
- Mujito, Irawati, D. O., & Asri, T. K. (2024). MANAJEMEN PELAYANAN PRIMA. EDU PUBLISHER.
- Prasetyo, A. D., & Sunarti. (2020). PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TERA COFFEE & RESTO BEKASI. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Santoso, R. P. (2024). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION RAWON GRAGAL TYPICAL TRENGGALEK EAST JAVA. *JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL STUDIES*, 249-257.

- Setiawan, M. U. (2025). RAHASIA LAYANAN PRIMA DAN CITRA KUAT. PT Adab Indonesia.
- Tanjungsari, H. K., & Ginting, G. (2025). Kewirausahaan di Era Digital. Universitas Terbuka.
- Wuisan, D. S. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN FOOD QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA GOFOOD INDONESIA YANG DIMEDIASI OLEH PERCEIVED VALUE DAN CUSTOMER SATISFACTION. JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 141-162.
- Zega, S., Hutagalung, V. K., Simamora, F. U., & Gurning, Z. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK MAKANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI RESTORAN NAUTILIUS PADA HOTEL BELLA VISTA WATERFRONT LANGKAWI MALAYSIA. SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi, 1-8.