

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AYAM BAKAR LUNAK PAK MANTEB KOTA SAMARINDA

Aswan¹, Sudarman², Ilham Abu³

Universitas Mulawarman¹, Universitas Mulawarman², Universitas Mulawarman³

Pos-el : wanandii252@gmail.com¹, sudarman@fkip.unmul.ac.id², ilhamkopma@gmail.com³

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan tindakan atau cara yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk makanan merupakan peranan penting untuk konsumen dalam memutuskan pembelian dengan melihat sisi bentuk, warna dan rasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kuantitatif. Sampel penelitian ini terdiri dari konsumen Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda yang dipilih menggunakan teknik *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diukur menggunakan Skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,106 dan variabel kualitas produk makanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,499 terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Artinya kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,106 dan 5,499 > 1,985) dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 dan $0,001 < 0,005$. Serta secara bersama-sama memperoleh nilai F_{hitung} sebesar 71,923 sedangkan nilai F_{tabel} 3,939 dan memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,005$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Artinya, variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada ayam bakar lunak pak manteb kota samarinda.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Makanan, Keputusan Pembelian.*

Abstract

Service quality is an action or method taken to meet consumer needs and desires. The quality of food products plays an important role for consumers in deciding purchases by looking at the shape, color and taste. This study aims to determine the effect of service quality and food product quality on purchasing decisions at Mr. Manteb's Soft Grilled Chicken, Samarinda City. This study uses a Quantitative Approach. The sample of this study consisted of consumers of Mr. Manteb's Soft Grilled Chicken, Samarinda City who were selected using the Accidental Sampling technique with a sample size of 100 respondents. Data were collected through a questionnaire measured using the Likert Scale, then analyzed using multiple linear regression. The results showed that the service quality variable obtained a t_{count} value of 3.106 and the food product quality variable obtained a t_{count} value of 5.499 on purchasing decisions. While the t_{table} value is 1.985. This means that the quality of service and the quality of food products have $t_{count} > t_{table}$ (3.106 and 5.499 > 1.985) with a significance value of 0.002 and $0.001 < 0.005$. And together obtain an F_{count} value of 71.923 while the F_{table} value is 3.939 and has a significance value of $0.001 < 0.005$. From these results it can be concluded that the hypothesis is accepted. This means that the variables of service quality and food product quality have a significant effect on purchasing decisions on Mr. Manteb's Soft Grilled Chicken in Samarinda City.

Keywords: *Service Quality, Food Product Quality, Purchasing Decisions.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner pada era globalisasi saat ini semakin tidak dapat diprediksi, berbagai jenis usaha dibidang kuliner semakin bersaing untuk terus meningkatkan berbagai bentuk, ciri khas makanan disetiap daerah dan mempertahankan serta terus meningkatkan konsumennya. Makanan dan minuman menjadi salah satu potensi bisnis dengan pertumbuhan yang tinggi, hal ini disebabkan makanan merupakan salah satu kebutuhan utama semua orang dari berbagai kalangan. Salah satu usaha yang sedang berkembang pesat saat ini adalah rumah makan dengan konsep makanan cepat saji Nurulloh, (2018:2). Pemilik usaha makanan cepat saji perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, serta dituntut untuk memiliki kualitas dari segi produk atau makanan dan pelayanan yang lebih unggul sesuai kebutuhan konsumen agar dapat mempertahankan eksistensinya yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, maupun harga produk Nurulloh, (2018:3).

Salah satu yang menjadi perhatian khusus yaitu berkaitan dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan pendapat dari Lisda, (2021:19) Kualitas Pelayanan yaitu memberikan layanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Saksiyah (2021:2) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tindakan atau cara yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun kualitas pelayanan menurut Sehani (2020:18) menyatakan kualitas pelayanan adalah kemampuan seseorang atau sebuah usaha dalam memenuhi tingkat ekspektasi dari setiap pelanggan atau konsumen terhadap suatu usaha ataupun bisnis jasa yang dijalankan. Dari

beberapa pendapat tentang kualitas pelayanan diatas dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dalam sebuah bisnis atau usaha menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha, jika dapat memberikan pelayanan dengan baik serta dapat diterima oleh konsumen. Indikator kualitas pelayanan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu menurut Sehani (2020:18) indikator kualitas pelayanan ada empat yaitu, Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Keandalan (*reliability*), dan Empati (*Empathy*).

Tidak hanya membahas mengenai kualitas pelayanan, erat kaitannya juga tentang pembahasan terkait kualitas produk makanan yang dihasilkan oleh rumah makan. Menurut Suhartanto (2018:12) menyatakan bahwa kualitas produk makanan dapat didefinisikan sebagai sebuah konsep kualitas yang dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mempertahankan kualitas produk dan bagaimana pelanggan melihat produk yang disajikan. Sedangkan menurut Karisma (2019:12) menjelaskan kualitas produk makanan merupakan komponen terpenting utama yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis kulineran, karena adanya kualitas makanan yang baik akan berdampak positif pada persepsi pelanggan. Adapun menurut Yuliantoro et, all (2021:10) menyatakan bahwa kualitas produk makanan merupakan sebagai konsep yang digunakan untuk mengevaluasi produk atau layanan baik sebelum maupun sesudah digunakan. Indikator kualitas produk makanan yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu menurut Binaraesa (2021:61) menyatakan kualitas produk makanan memiliki lima macam indikator diantaranya, Penyajian makanan, Keragaman produk, Cita rasa yang khas, Bentuk yang bervariasi dan Kualitas rasa.

Kotler dan Keller (2019:188) menyatakan bahwa didalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merk dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan: merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran. Menurut Kotler dan Keller indikator keputusan pembelian terbagi menjadi empat macam dan akan digunakan dalam penelitian ini antara lain, Kesadaran akan kebutuhan, Pencarian informasi, Ketepatan dalam memutuskan dan Dampak psikologi setelah memutuskan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurulloh, (2018) membuktikan bahwa hasil penelitian kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara dominan bahwa variabel kualitas produk lebih mendominasi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yang terjadi. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini diperlukan riset untuk menganalisis dan menjelaskan faktor penentu keputusan

pembelian. Dari hasil observasi awal yang dilakukan, peneliti melakukan wawancara singkat kepada konsumen yang datang ke rumah makan ayam bakar lunak pak manteb tersebut dan mendapatkan keterangan keluhan dan manfaat yang didapatkan dari segi pelayanan maupun makanan yang ditawarkan. Di Ayam Bakar Lunak Pak Manteb selain lokasinya yang relatif dekat dan data bisa diperoleh dari pihak rumah makan tersebut, maka terdapat beberapa permasalahan yang menjadi tolak ukur untuk melakukan penelitian diantaranya berkaitan tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan yang ditawarkan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian yang masih perlu dipelajari dan diuji keterkaitannya. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dijadikan landasan bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda.”

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian asosatif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam pendekatan ini, peneliti mengembangkan hipotesis yang diuji melalui pengumpulan data kuantitatif, seperti survei, atau data sekunder, untuk mencari pola hubungan yang signifikan. Metode statistik, seperti regresi, atau analisis *varians*, digunakan untuk menganalisis data dan menentukan seberapa kuat pengaruh satu variabel terhadap variabel lain. *Accidental Sampling* kuantitatif adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat

digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data Sugiyono (2016:23). Sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Waktu penelitian dilakukan selama 10 hari dalam periode Maret tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui secara keseluruhan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner dengan skala *likert*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.344	1.153		2.901	.005
	Kualitas Pelayanan (X1)	.243	.078	.297	3.106	.002
	Kualitas Produk Makanan (X2)	.282	.051	.527	5.499	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,344 + 0,243X_1 + 0,282X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi diatas menunjukan bahwa ada daya tarik yang positif antara kualitas pelayanan, kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian. Artinya, bahwa setiap peningkatan dan penambahan pada variabel bebas berdampak terhadap peningkatan dan penambahan pada variabel terikat yang dapat diperjelas sebagai berikut:

1. Konstanta (a) 3,344

Konstanta merupakan nilai tetap dimana nilai ini tidak dipengaruhi oleh koefisien regresi. Konstanta menunjukan hasil sebesar 3,344

yang berarti, jika kualitas pelayanan, kualitas produk makanan tidak diperhitungkan maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 34,4%.

2. Koefisien Regresi (X1) 0,243

Besarnya koefisien Kualitas Pelayanan (X1) adalah sebesar 0,243 artinya bahwa setiap peningkatan secara positif naik 1% akan meningkatkan niat rekomendasi sebesar 24,3% apabila variabel lainnya konstan.

3. Koefisien Regresi (X2) 0,282

Besarnya koefisien Kualitas Produk Makanan (X2) adalah sebesar 0,282 artinya bahwa setiap peningkatan secara positif naik 1% akan meningkatkan niat rekomendasi sebesar 28,2% apabila variabel lainnya konstan.

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.344	1.153		2.901	.005
	Kualitas Pelayanan (X1)	.243	.078	.297	3.106	.002
	Kualitas Produk Makanan (X2)	.282	.051	.527	5.499	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data SPSS yang diolah 2025

Uji t dinilai berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dari nilai t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% (0,05). Acuan yang menjadi ketentuan

pengujian hipotesis uji t yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima, serta jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak.

Berikut penjelasan hasil uji t pada penelitian ini antara lain:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
Berdasarkan tabel diatas diketahui hasil analisis diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,106 > t_{tabel}$ sebesar $1,985$ dan $Sig\ 0,002 < 0,05$, maka disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda.
2. Pengaruh Kualitas Produk Makanan terhadap Keputusan Pembelian
Hasil analisis diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $5,499 > t_{tabel}$ sebesar $1,985$ dan $Sig\ 0,001 < 0,05$, maka disimpulkan kualitas produk makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda.

Tabel 3 Hasil Hipotesis (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191.569	2	95.784	71.923	<.001 ^b
	Residual	129.181	97	1.332		
	Total	320.750	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk Makanan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)						

Sumber : Data SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, didapatkan nilai F_{hitung} sebesar $(71,923) > F_{tabel}$ $(3,939)$ dan $Sig\ (0,001) < 0,05$. Maka disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel

kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda, sehingga dapat dikatakan H3 diterima.

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.597	.589	1.154
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk Makanan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				

Sumber : Data SPSS yang diolah 2025

Tabel di atas pada kolom R Square menunjukkan angka 0,597. Artinya, diperoleh persentase keragaman variabel keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan

adalah 59,7% sedangkan sisanya dijelaskan variabel lain diluar model regresi sebesar 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka akan dilakukan pembahasan hasil penelitian. Pembahasan hasil penelitian merupakan informasi secara rinci mengenai hasil penelitian serta bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda. Hasil ini dibuktikan dengan uji t (parsial) yang menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dengan nilai *Beta* kualitas pelayanan sebesar 0,243 dan kualitas produk makanan 0,282 menandakan positif yang

berarti apabila dilakukan peningkatan pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,243 dan 0,282.

1. Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian (H1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda. Hasil ini dibuktikan dengan dari empat indikator kualitas pelayanan, indikator keandalan (*reliability*) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,17 dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan semakin tinggi keandalan yang dimiliki oleh karyawan maka semakin tinggi juga keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pada ayam bakar lunak pak manteb kota samarinda. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Satria Putra Lisda (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan persepsi minat konsumen untuk melakukan pembelian berulang karena mendapatkan perlakuan atau tindakan yang baik oleh karyawan tersebut.

Kualitas suatu pelayanan menjadi suatu keharusan oleh rumah makan agar dapat bertahan dan tetap mendapat kepercayaan oleh konsumen. Hal ini didukung dan diperkuat oleh teori yang dikemukakan oleh Firdaus Ikrar Cholikh, et all (2022) semakin tinggi nilai kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi pula minat konsumen terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan

kembali. Hal tersebut membuktikan kualitas pelayanan menjadi penilaian yang penting untuk melakukan pembelian dengan melihat dari segi keandalan, daya tanggap, jaminan yang diberikan, dan empati.

2. Kualitas Produk Makanan

Hasil penelitian (H2) pengaruh kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa kualitas produk makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda. Hasil ini dibuktikan dengan dari lima indikator kualitas pelayanan, indikator cita rasa yang khas dan indikator kualitas rasa memiliki nilai rata-rata yang sama tertinggi yaitu sebesar 3,14 dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kualitas rasa dan cita rasa yang khas yang dimiliki dari suatu produk makanan yang diberikan maka semakin tinggi juga minat konsumen untuk melakukan pembelian pada ayam bakar lunak pak manteb kota samarinda. Kualitas produk makanan sangat diperhatikan oleh konsumen yang berdampak langsung pada kinerja suatu produk atau jasa.

Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Widya Sela Lestari (2019) menyatakan bahwa kualitas produk makanan merupakan peranan penting untuk konsumen dalam memutuskan pembelian dengan melihat dari sisi bentuk, warna, rasa dan lain-lain. kualitas produk makanan merupakan salah satu faktor penting dari bisnis kuliner untuk mempertahankan dan juga terus meningkatkan produk makanan yang ditawarkan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karisma (2019) menyatakan kualitas produk makanan merupakan

komponen terpenting dan utama yang harus diperhatikan, karena adanya kualitas suatu produk makanan yang baik menjadikan konsumen melakukan pembelian secara terus menerus.

3. Keputusan Pembelian

Hasil penelitian (H3) keputusan pembelian menunjukkan bahwa hasil keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hasil ini dibuktikan dengan dari empat indikator keputusan pembelian, indikator pencarian informasi memiliki nilai rata-rata yang sama tertinggi yaitu sebesar 3,17 dalam kategori baik dengan pernyataan "saya membeli makanan di ayam bakar lunak pak manteb berawal dari ajakan teman atau orang lain". Hal ini menunjukkan semakin banyak informasi yang didapatkan atau dalam mencari informasi maka semakin tinggi konsumen yang akan melakukan pembelian pada ayam bakar lunak pak manteb kota samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Satria Putra Lisda (2021) tentang

"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Angkringan Kopi Senja". Menyatakan bahwa kualitas produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif Terhadap Terhadap keputusan pembelian. Serta diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Bagas Setiya Utomo et, all (2021) Menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan berpengaruh dan memiliki hubungan Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin Donuts (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor). Keputusan pembelian pada ayam bakar lunak pak manteb kota samarinda dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan. Sehingga dapat dikatakan bahwa, kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini didasarkan pada temuan permasalahan yang terindikasi dan tersusun dalam rumusan masalah penelitian. Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kualitas produk makanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara parsial dan juga berpengaruh secara simultan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Bakar Lunak Pak Manteb Kota Samarinda. Temuan lain dalam penelitian ini memperoleh hasil nilai determinasi yang mengalami peningkatan antara pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 59,7% dan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan oleh model hasil regresi dalam penelitian ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus Ikrar Cholikh, R. B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi. *Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI*, 58-67.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Karisma, I. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan, Pelayanan, Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Jagung Nyumi Surabaya. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Program Studi Manajemen Surabaya 2019*, 1-99.
- Lisda, S. P. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Angkringan Kopi Senja di Jalan Amal Medan Sunggal". *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan 2021*, 1-76.
- Lestari, W.S. and Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Volume 5 Nomor 2 (November 2019)* 94-101 <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem> ISSN 2685-7057 (Online), 5, 95-101.
- Nurulloh, A. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Ayam Nyungsep Malang". *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2018*, 1-88.
- Saksiyah, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Joglo Resto Keleyan Kecamatan Socah. *Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan*, 1-9.
- Sehani. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ruman Makan Warung Buk'de di Gomongmataram. *Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram*, 1-101.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D. *Metodologi Penelitian*. 1-25
- Suhartanto, A.Y. S.E. (2018). Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Makanan, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Restoran, dan Word of Mouth (Studi Kasus Pada Hotel Manohara Center of Borobudur Study) . *Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta* , 1-125.
- Utomo, B.S. et al. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin Donut (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor)" . *Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor 2021*, 1-13
- Yuliantoro, N. et al. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan dan Kewajiban Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial Selama Masa Pandemi Covid-19 . *Vol.4 (No.1) : no. 01 – no. 53. Th. 2021 p-ISSN : 2622-1292 e-ISSN:2623-0488*,9-