

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ayam Pecak Buk Ana Di Gampong Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa

Dzaky Akmal^{1*}, Silvia Anzhita², Rini Mastuti³

^{1,2,3} Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra, Indonesia.

* Corresponding author's e-mail: dzakiakmal12@gmail.com

* Diterima: Mei 2025, Diterbitkan: Juni 2025, Diterbitkan: Juni 2025

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Faktor- Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian Ayam Pecak Buk Ana di Gampong Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling berupa accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Untuk melihat pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), dan lokasi (X4) terhadap variabel (Y) terhadap pembelian Ayam Pecak Buk Ana di Gampong Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa, penulis menggunakan regresi linier berganda. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program komputer SPSS 21. Berdasarkan hasil uji secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel independet harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), dan lokasi (X4) secara bersama sama berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa dari masing masing variabel independet harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), dan lokasi (X4) berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) kepuasan konsumen.

Kata Kunci:

Kepuasan konsumen; usaha mikro; rumah makan

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence consumer satisfaction towards purchasing Ayam Pecak Buk Ana in Gampong Blang Paseh, Langsa Kota District, Langsa City. The sampling method used is nonprobability sampling in the form of accidental sampling with a sample size of 96 people. To see the effect of price (X1), product quality (X2), service quality (X3), and location (X4) on the variable (Y) on purchasing Ayam Pecak Buk Ana in Gampong Blang Paseh, Langsa Kota District, Langsa City, the author uses the multiple linear regression method. Data analysis was carried out using SPSS 21 computer software. Based on the results of the simultaneous test (F Test) it shows that all independent variables of price (X1), product quality (X2), service quality (X3), and location (X4) together have a significant effect on the dependent variable (Y) of consumer satisfaction. Based on the partial test results (t-test), it shows that each of the independent variables, price (X1), product quality (X2), service quality (X3), and location (X4), have a significant effect on the dependent variable (Y) of consumer satisfaction.

Keywords:

Consumer satisfaction; micro business; restaurant

How to Cite: Akmal, D., S. Anzhita., R. Mastuti. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Ayam Pecak Buk Ana Di Gampong Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa. *Jurnal Penelitian Agrisamudra*. 12(1): 45-53

Pendahuluan

Kebutuhan konsumen akan barang dan jasa yang paling mendasar salah satunya adalah pangan. Pangan merupakan kebutuhan manusia yang sangat mendasar karena dapat berpengaruh terhadap ekosistensi dan ketahanan hidupnya, mulai dari segi kualitas dan kuantitasnya. Rumah makan adalah salah satu usaha yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pangan. Rumah makan merupakan salah satu jenis usaha yang jumlahnya meningkat. Dengan adanya peningkatan jumlah rumah makan maka akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat.

Dalam dinamika ekonomi modern, sektor kuliner memainkan peran penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi daerah sekaligus menjawab perubahan pola konsumsi masyarakat urban. Seiring meningkatnya intensitas mobilitas dan aktivitas masyarakat, terutama di kawasan perkotaan seperti Kota Langsa, kebutuhan akan akses pangan yang cepat, praktis, dan berkualitas menjadi semakin dominan. Rumah makan atau restoran tidak lagi hanya dipandang sebagai tempat konsumsi makanan, melainkan telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang menuntut efisiensi waktu, kenyamanan layanan, serta kualitas produk yang terjamin. Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul sebagai hasil dari perbandingan antara persepsi kinerja suatu produk dengan harapan konsumen sebelumnya. Jika kinerja produk atau jasa melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas; sebaliknya, ketidakpuasan akan muncul apabila harapan tidak terpenuhi. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen merupakan landasan penting dalam merumuskan strategi pemasaran dan peningkatan mutu layanan.

Usaha Ayam Pecak Buk Ana di Gampong Blang Paseh merupakan salah satu unit usaha kuliner lokal yang mengalami pertumbuhan signifikan sejak didirikan pada masa pandemi COVID-19. Dengan mengusung produk utama berupa ayam olahan khas dan sambal bercita rasa unik, rumah makan ini berhasil menarik berbagai segmen konsumen, khususnya kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Capaian tersebut tidak terlepas dari penerapan strategi yang mengedepankan harga kompetitif, pengelolaan kualitas produk, pelayanan konsumen yang responsif, serta pemilihan lokasi usaha yang strategis.

Namun demikian, dalam iklim persaingan yang semakin ketat, keberhasilan di masa awal tidak menjamin keberlanjutan apabila tidak disertai dengan evaluasi sistematis terhadap faktor-faktor penentu kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menganalisis secara empiris bagaimana pengaruh variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Ayam Pecak Buk Ana di Kota Langsa. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan strategis bagi pemilik usaha dalam merumuskan langkah pengembangan bisnis yang lebih tepat sasaran dan berorientasi pada konsumen.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Pecak Buk Ana. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal yang menguji hubungan antar variabel melalui pendekatan statistik inferensial. Penelitian dilaksanakan di Rumah Makan Ayam Pecak Buk Ana yang berlokasi di Gampong Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa. Penelitian dilakukan selama bulan Juli hingga Agustus 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli makanan di Rumah Makan Ayam Pecak Buk Ana selama periode penelitian. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 96 orang, yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95%. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang terdiri dari beberapa pernyataan untuk mengukur variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan konsumen. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 21. Tahap awal analisis mencakup uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan metode Pearson Product Moment, di mana suatu pernyataan dianggap valid apabila nilai koefisien korelasinya lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, dan suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari atau sama dengan 0,60. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan dalam analisis regresi linear berganda. Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas dilihat melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang seharusnya ≤ 10 dan nilai Tolerance $\geq 0,1$, sementara uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola sebar pada scatterplot antara nilai prediksi dan residual.

Setelah data dinyatakan memenuhi asumsi dasar, analisis dilanjutkan dengan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap kepuasan konsumen (Y). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan

- Y = Kepuasan Konsumen (Skor)
- a = konstanta
- b = koefisien regresi
- X₁ = Kualitas Produk (Skor)
- X₂ = Harga (Skor)
- X₃ = Kualitas Pelayanan (Skor)
- X₄ = Lokasi (Skor)

Untuk menguji signifikansi model, digunakan uji F (simultan) dan uji t (parsial). Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, sedangkan uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Selain itu, untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, dilakukan perhitungan koefisien determinasi (R^2).

Hasil dan Pembahasan

Ayam Pecak Buk Ana didirikan oleh Bapak Ariansyah sendiri pada tahun 2020, sebelum beliau menggeluti bisnis rumah makan Bapak Arianyah berprofesi sebagai pembuat tahu yang dijual di pasar. Perjalanan bisnis rumah makan dilakukan pada masa pandemi covid 19, dimana pada masa itu Bapak Ariansyah melakukan penjualan produknya secara online dari rumah ke rumah dengan menggunakan marketplace, dikarenakan belum memiliki tempat usaha yang pasti. Perkembangan usaha rumah makan Ayam Pecak Buk Ana memiliki perkembangan pesat. Keberhasilan usaha tersebut membawa Bapak Ariansyah untuk membuka cabang rumah makan baru di daerah yang sama di Gampong Blang Paseh berderetan dengan rumah makan yang utama, alasan Bapak Ariansyah membuka cabang baru dikarenakan keterbatasan fasilitas tempat yang tidak memadai untuk melayani banyaknya konsumen.

Responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini pada penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan dengan persentase 58% (56 orang). Sedangkan responden Ayam Pecak Buk Ana berjenis kelamin laki-laki sebesar 42% (40 orang), disini dapat di lihat bahwa perempuan lebih banyak berkunjung dibandingkan dengan laki-laki. Data ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianti (2018) yang menunjukkan bahwa karakter wanita senang menghabiskan waktu bersama sahabat untuk mengunjungi tempat-tempat yang dianggap seru untuk berbincang bincang dan berkumpul seperti Rumah Makan atau Restoran.

Menurut Herman Harrell Horne pendidik dan filsuf asal Amerika ini, pendidikan adalah proses yang secara terus menerus terjadi dari bentuk penyesuaian manusia yang telah berkembang secara fisik dan mental agar meningkat lebih tinggi. karakteristik responden pendidikan terakhir didominasi oleh SMA/SMK dengan persentase 85% (82 orang). Kemudian disusul dengan S1 persentase sebanyak 12% (11 orang), serta Diploma/D3 persentase sebanyak 2% (2 orang). Sementara itu di bagian akhir S2 dengan persentase sebanyak 1% (1 orang). Berdasarkan hasil tersebut, menurut Hersanty (2023), dapat disimpulkan bahwa karakteristik pendidikan mayoritas konsumen berkegiatan sebagai pelajar atau mahasiswa yang belum memasuki dunia kerja.

Responden berdasarkan pekerjaan utama pada penelitian ini didominasi oleh mahasiswa sebanyak 60% (57 orang). Selanjutnya, terdapat karyawan swasta dengan persentase sebanyak 20% (19 orang), disusul dengan IRT dengan persentase sebanyak 7% (7 orang), kemudian selanjutnya Freelance dengan persentase sebanyak 6% (6 orang), dan wiraswasta sebanyak 3% (3 orang), PNS juga menempati dengan persentase sebanyak 2% (2 orang), dan yang dibagiarn akhir POLRI dengan persentase sebanyak 2% (2 orang) bersamaan dengan PNS. Menurut Santoso dan Masman (2016), pekerjaan

adalah daftar jabatan, tanggung jawab, hubungan pelaporan, kondisi jabatan dan tanggung jawab penyediaan.

Hasil Analisis Data

Dalam penelitian ini pengujian yang akan dilakukan adalah uji validitas dengan responden sebanyak 96. Untuk menentukan hasil uji validitas adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka uji dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka uji dinyatakan tidak valid. Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat 25 item pertanyaan yang dianggap valid.

Tabel 1. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Uji
Harga (X_1)	0,831	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,833	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,863	Reliabel
Lokasi (X_4)	0,710	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Hasil pengujian dengan menggunakan software SPSS 21 menunjukkan nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha dari variabel Harga (X_1) sebesar 0,831, Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,833, Kualitas Pelayanan (X_3), sebesar 0,863, dan Lokasi (X_4) sebesar 0,710. Semua nilai tersebut $> 0,6$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

	One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters	mean	0,0000000
	Std. Deviation	1.68055256
Kolmogorov-Smirnov Z		0,801
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,542

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan metode One Sample Kolomogoro-Smirnov, di peroleh nilai signifikansi sebesar 0,542 dimana hasil tersebut $>$ dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal, dan asumsi normalitas telah terpenuhi dalam model regresi.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X_1)	0,485	2,062	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas Produk (X_2)	0,362	2,761	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,488	2,046	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Lokasi (X_4)	0,470	2,126	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tingkat tolerance dari tiap variabel, yakni harga (X1) $0,485 > 0,10$, kualitas produk (X2) $0,362 > 0,10$, kualitas pelayanan (X3) $0,488 > 0,10$, lokasi (X4) $0,470 > 0,10$ dan nilai VIF masing-masing variabel harga (X1) $2,062 < 0,10$, kualitas produk (X2) $2,761 < 0,10$, kualitas pelayanan (X3) $2,046 < 0,10$, Lokasi (X4) $2,126 < 0,10$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas yang terjadi dalam penelitian ini. Sementara itu, hasil uji heteroskedastisitas terlihat titik-titik scatterplot menyebar secara acak di sepanjang sumbu, baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y Hal ini menandakan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas yang muncul dalam model regresi.

Tabel 4. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel yang Diteliti	Koefisien Regresi	Sig.
Konstanta (a)	1,278	0,344
Harga (X ₁)	0,179	0,023
Kualitas Produk (X ₂)	0,330	0,001
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,180	0,026
Lokasi (X ₄)	0,238	0,007

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas, persamaan regresi dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = 1,278 - 0,179 X_1 + 0,330 X_2 + 0,180 X_3 + 0,238 X_4$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat diinterpretasikan nilai koefisien regresi yang terdapat pada nilai konstanta adalah sebesar 1,278, maka dapat diartikan bahwa jika semua variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi sama dengan 0 maka kepuasan konsumen Ayam Pecak Buk Ana di Gampong Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa sebesar 1,278 skor.

Besarnya koefisien regresi harga (X1) adalah sebesar 0,179, artinya apabila harga yang relatif lebih murah dan harga yang terjangkau dibandingkan rumah makan lainnya yang dimiliki ayam pecak Buk Ana naik 1 skor maka akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pembelian ayam pecak Buk Ana sebesar 0,179 skor.

Besarnya koefisien kualitas produk (X2) adalah sebesar 0,330, artinya apabila cita rasa, tampilan produk, kualitas, kuantitas dan takaran produk naik 1 skor maka akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pembelian Ayam Pecak Buk Ana sebesar 0,330 skor.

Besarnya koefisien kualitas pelayanan (X3) adalah sebesar 0,180, artinya apabila daya tanggap atau respon, jaminan, dan empati pelayan yang ada di Ayam Pecak Buk Ana naik 1 skor maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Ayam Pecak Buk Ana sebesar 0,180 skor.

Besarnya Koefisien Lokasi (X4) adalah sebesar 0,238, artinya kebersihan tempat, lahan parkir yang tersedia, fasilitas yang memadai, serta tempat yang strategis yang dimiliki Ayam Pecak Buk Ana naik 1 skor maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Ayam Pecak Buk Ana sebesar 0,238.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.827	0.684	0.670	1.717

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji Adjusted R Square, nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi dependen, dengan nilai sebesar 0,670 atau sekitar 67%. Namun, terdapat sekitar 33% variasi lain yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel yang dimasukkan dalam model penelitian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel indenpenden dalam menjelaskan variabel dependen dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,670.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	580,352	4	145,088	49.209	0.000 ^b
Residual	268,304	91	2.948		
Total	848,656	95			

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji F pada taraf signifikansi 5% pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X_1), kualitas produk (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan lokasi (X_4) secara simultan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian Ayam Pecak Buk Ana di Gampong Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa.

Tabel 7. Hasil Uji Partial (Uji T)

Model	Sig.	Keterangan
Harga (X_1)	0,023	Berpengaruh
Kualitas Produk (X_2)	0,001	Berpengaruh
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,026	Berpengaruh
Lokasi (X_4)	0,007	Berpengaruh

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan software SPSS 21 melalui uji t yang dilakukan, diperoleh nilai hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,023 ($< 0,05$), yang berarti berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang ditawarkan Ayam Pecak Buk Ana, yang relatif lebih terjangkau, menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Penetapan harga yang tepat merupakan strategi penting dalam menarik minat pelanggan, sehingga pemahaman terhadap persepsi harga menjadi kunci dalam keberhasilan usaha kuliner.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_2) memiliki nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$), yang berarti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa, kelezatan, dan tekstur makanan yang baik berkontribusi kuat terhadap kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menjaga dan mempertahankan kualitas produk secara konsisten untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_3) memiliki nilai signifikansi 0,026 ($< 0,05$), yang berarti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa respons cepat, keramahan, dan ketepatan dalam pelayanan turut membentuk kepuasan dan mendorong konsumen untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menjaga kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_4) memiliki nilai signifikansi 0,007 ($< 0,05$), yang berarti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, kenyamanan tempat, suasana lingkungan, dan kemudahan akses memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan ketertarikan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memastikan lokasi usahanya mudah dijangkau dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ayam Pecak Buk Ana di Gampong Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa. Secara parsial, keempat variabel tersebut juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga yang terjangkau, kualitas produk yang konsisten dari segi rasa dan tekstur, pelayanan yang ramah dan responsif, serta lokasi yang strategis dan nyaman merupakan faktor utama yang membentuk tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, upaya peningkatan dan pemeliharaan terhadap aspek-aspek tersebut sangat penting dalam menunjang keberlangsungan dan daya saing usaha kuliner lokal.

Daftar Pustaka

- Annisa Fiazisyah. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya. *e-journal Boga*, Vol. 7, No. 2, Edisi Yudisium Kedua. Hal. 168-187.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif Kuantitatif dan Campuran Edisi ke-4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hersanty Noer Amelia Dwi, Narni Farmayanti dan Triana Gita Dewi. (2023). Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Restoran Bakso Bakwan Malang. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 11 (2), 326-340.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2018). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

- Meli Satrani. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jalur nagraha ekakurir (jne) cabang jambi. *Ekonomi*.
- Rosa Lesmana. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran* Vol. 2, No. 2, Hal. 115-129.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suprayitno, A., Rochaeni, S., & Purnomowati, R. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo (Studi Kasus: Restoran Gado Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan). *Agribusiness Journal*, 9(2), 177-214.
- Tias Windarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jurnal Jom Fisip* Vol. 4, No. 2. Hal.1-10.
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya Hidup Kaitannya dengan Keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal AGRISEP*, 17(1), 39 50.