

## TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI *BOWLLING FRUIT BAR* YOGYAKARTA

### *THE CUSTOMER'S LEVEL OF SATISFACTION TOWARD THE SERVICE QUALITY AT BOWLLING FRUIT BAR YOGYAKARTA*

Oleh: **Fajar Dwi Safitri**, Prodi Pendidikan Teknik Boga Universitas Negeri Yogyakarta

email: fajarsafitri26@yahoo.com

**Dr. Mutiara Nugraheni (pembimbing)**, Prodi Pendidikan Teknik Boga Universitas Negeri Yogyakarta

email: mutiara\_nugraheni@uny.ac.id

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap: 1) Kualitas pelayanan berdasarkan *tangibles* 2) Kualitas pelayanan berdasarkan *reliability* 3) Kualitas pelayanan berdasarkan *responsiveness* 4) Kualitas pelayanan berdasarkan *assurance* 5) Kualitas pelayanan berdasarkan *emphaty* dan 6) Kualitas pelayanan berdasarkan *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Jumlah populasi sebanyak 514 responden. Penentuan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*. Penghitungan sampel menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan taraf signifikansi 5%. Jumlah sampel penelitian sebanyak 300 responden di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap: 1) Kualitas pelayanan berdasarkan *tangibles* masuk kategori belum puas 2) Kualitas pelayanan berdasarkan *reliability* masuk kategori belum puas 3) Kualitas pelayanan berdasarkan *responsiveness* masuk kategori belum puas 4) Kualitas pelayanan berdasarkan *assurance* masuk kategori belum puas 5) Kualitas pelayanan berdasarkan *emphaty* masuk kategori belum puas 6) Kualitas pelayanan berdasarkan *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* masuk kategori belum puas.

Kata kunci: kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta

#### **Abstract**

*This study aims to determine the customer's level of satisfaction toward: 1) The service quality based on tangibles 2) The service quality based on reliability 3) The service quality based on responsiveness 4) The service quality based on the assurance 5) The service quality based on empathy and 6) The service quality based on tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The research method used is quantitative descriptive. Total population of 514 respondents. Respondents were determined using the incidental sampling technique. Calculation of the sample using tables Isaac and Michael with a significance level of 5%. The data was taken from 300 respondents in Bowlling Fruit Bar Yogyakarta.. The data finding's showed that the customer's level of satisfaction toward: 1) The service quality based on the tangibles considered as "not yet satisfied" category 2) The service quality based on the reliability considered as "not yet satisfied" category 3) The service quality based on the responsiveness considered as "not yet satisfied" category 4) The service quality based on the assurance considered as "not yet satisfied" category 5) The service quality based on the emphaty considered as "not yet satisfied" category 6) The service quality based on the tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy considered as "not yet satisfied" category.*

*Keywords: Customer's Satisfaction, Service Quality, Bowlling Fruit Bar Yogyakarta*

#### **PENDAHULUAN**

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2015, jumlah penduduk Indonesia telah mencapai 255.461.686 juta jiwa. Dengan jumlah penduduk tersebut, Indonesia menempati nomor empat terbesar

dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat (BPS, 2015). Jumlah penduduk yang besar ini membawa dampak yang positif bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis dalam mempengaruhi pelanggan Indonesia yang sifatnya konsumtif.

Seiring semakin konsumtif dan bervariasi perilaku pelanggan di Indonesia dan didukung dengan jumlah penduduk yang besar maka tidak sedikit para pengusaha tertarik menjalankan bisnis kuliner atau usaha di bidang makanan dan minuman.

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin hari semakin berkembang. Semakin banyaknya variasi produk kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah kedai ataupun *bar* menjadi daya tarik untuk diteliti. Salah satunya adalah *Bowlling Fruit Bar* yang menyajikan sup buah atau *juice* yang beragam dengan harga yang terjangkau, sajian yang menarik serta cita rasa yang lezat mampu memanjakan masyarakat. Inilah yang menjadi daya tarik bisnis minuman yang sangat pesat.

Munculnya beragam kedai, *bar* atau *coffeshop* diperlukan strategi perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memiliki produk baru dan memperbarui produk yang lama, juga akan membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan tersebut kepada orang lain, dan tidak terlalu memperhatikan *merk* pesaing. (Kotler, 2009)

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk mempergunakan jasa *Bowlling Fruit Bar* antara lain dimensi *tangible*, *reliability*,

*responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Kelima dimensi diatas dikembangkan oleh Pasuraman et. al. yang disebut SERVQUAL (*Service Quality*) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Tjiptono, 2005).

*Bowlling Fruit Bar* mulai beroperasi sejak Februari 2013, dimana outlet pertamanya berlokasi di Jl. Alamanda No. 2 Gejayan Yogyakarta. Pemilik dari usaha ini adalah Vika Wulandari Matin lulusan Management Ekonomi UII dan Rina Kurniawati lulusan FMIPA Kimia UGM. Seiring berjalannya waktu dan semakin banyak konsumen yang menerima produknya, *Bowlling Fruit Bar* membuka outlet yang kedua di Jl. Affandy No. 34 Yogyakarta pada bulan Agustus 2014 dan membuka lagi outlet yang ketiga di Jl. Seturan Raya No. 101 Yogyakarta pada bulan Desember 2015.

Konsep bisnis yang diambil dari *Bowlling Fruit Bar* yaitu bisnis kuliner yang menyajikan berbagai macam menu olahan buah dimana produk utamanya adalah sup buah dan jus buah. Hingga saat ini *Bowlling Fruit Bar* memiliki lebih dari 25 varian rasa sup buah dan lebih dari 20 varian jus buah. Selain itu juga terdapat makanan pendamping mulai dari *snack* sampai makanan berat. Tidak salah lagi bila *tag line* dari *Bowlling Fruit bar* ini adalah “*One Stop Fruiting*”. Target pasar yang dituju oleh *Bowlling Fruit Bar* adalah mahasiswa/mahasiswi dan karyawan yang berada di sekitar lokasi outlet. Karakter dari target pasar ini tentunya adalah dinamis, padat

dengan aktivitas, memiliki alokasi dana untuk rekreasi, mudah mengakses informasi baik dari media konvensional maupun media modern (sosial media) dan sadar akan pentingnya kebersihan dan kesehatan makanan.

Hasil observasi di *Bowling Fruit Bar* outlet pertama di Jl. Alamanda No. 2 Yogyakarta dan outlet ke dua di Jl. Affandy No. 34 Yogyakarta, mendapati bahwa kedua outlet ini cenderung selalu ramai dikunjungi konsumen, dengan rata-rata pengunjung sampai 4370 nota per bulannya. Kemudian, setelah melakukan wawancara dengan pemilik *Bowling Fruit Bar* menjelaskan bahwa timnya masih terus berupaya semaksimal mungkin memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumennya. Pemilik usaha juga menyadari masih ada beberapa kekurangan yang muncul selama ini seperti, kurangnya fasilitas tempat duduk konsumen, sempitnya lahan parkir terutama untuk kendaraan roda 4, kebersihan outlet, waktu penyajian produk yang kadang masih lama, ketersediaan menu untuk dipesan dan keramahan pelayan. Selain itu pemilik juga menginformasikan bahwa selama 3 bulan terakhir ini timnya belum melakukan survei khusus yang bertujuan mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung *tangible* di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34. 2) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan keandalan *reliability* di *Bowling Fruit Bar* Jl.

Alamanda No. 2 dan *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34. 3) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan daya tanggap *responsiveness* di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34. 4) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan jaminan *assurance* di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 (5) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan empati *empathy* di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 (6) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* pada *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2006 : 14).

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di dua outlet *Bowling Fruit Bar* yang beralamatkan di Jl. Alamanda No. 2 Gejayan dan Jl. Affandy

Gejayan No. 34. Waktu penelitian dilakukan pada Desember 2015 – Maret 2016

### **Populasi/Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 sebanyak 283 konsumen dan *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 sebanyak 231 konsumen. Sampel di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 sebanyak 142 konsumen dan *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 sebanyak 158 konsumen. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *incidental sampling*. Besarnya sampel dihitung dengan menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan taraf signifikansi 5%.

### **Prosedur**

Uji validitas instrumen dilakukan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, sedangkan uji reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Dari hasil tersebut diperoleh 35 butir instrumen kualitas pelayanan. Penghitungan validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16 for Windows. Kriteria validitas adalah jika  $r_{hitung}$  sama dengan atau lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%, maka valid. Sebaliknya jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka instrumen yang dimaksud tidak valid.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner.

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui (Arikunto, 2010: 194).

### **Teknik Analisis Data**

#### **Analisis Tingkat Kepuasan**

Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dapat dihitung dengan rumus *Importance Performance Analysis* (IPA). Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan antara menghitung skor kinerja dan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian ini yang digunakan untuk menentukan skala prioritas layanan dan prioritas perbaikan mencapai kepuasan pelanggan (Supranto, 2011:241).

Setelah itu dilakukan penghitungan *Weighting Factor* (WF) dan *Weighting Score* (WS). *Weighting Factor* merupakan fungsi dari median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut. *Weighting Score* merupakan fungsi dari median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *weighting factor* masing-masing atribut (Irawan, 2002)

#### **Diagram Kartesius**

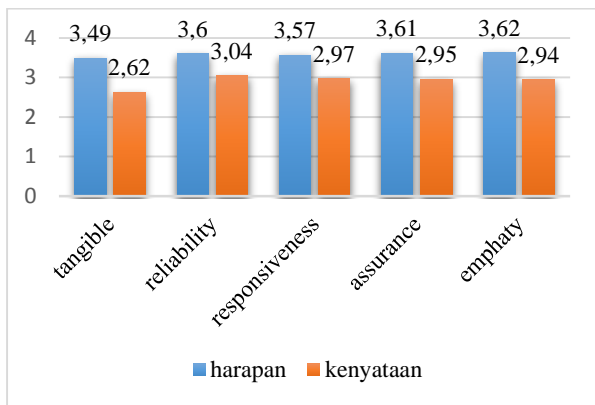
Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik. Titik (X,Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelayanan seluruh faktor dan atribut sedangkan Y adalah rata-rata skor tingkat

kepentingan seluruh faktor yang memenuhi kepuasan pelanggan (Umar, 2002: 452-453)

**HASIL PENELITIAN**

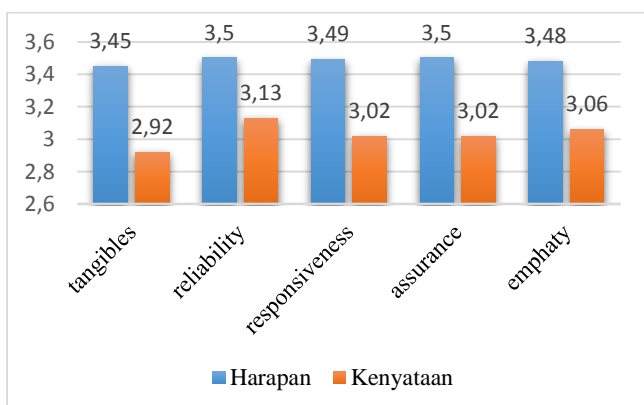
**Analisis Tingkat Kepuasan**

Data kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan diperoleh melalui kuesioner dengan 35 butir pernyataan dan jumlah responden 300. Berdasarkan data yang telah diolah menggunakan Ms.Excel, maka diperoleh rata-rata dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2



Gambar 1. Diagram Tingkat Kesesuaian Nilai Rata-rata Harapan dan Kenyataan di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2

Gambar 1 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata harapan lebih tinggi dari kenyataan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di *Bowling Fruit Bar* Jalan Alamanda No 2 dapat dikatakan “belum puas”



Gambar 2. Diagram Tingkat Kesesuaian Nilai Rata-rata Harapan dan Kenyataan di *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34

Gambar 2 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata harapan lebih tinggi dari kenyataan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di *Bowling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 dapat dikatakan “belum puas”.

Setelah mengetahui tingkat kesesuaian masing-masing atribut diperoleh nilai rata-rata harapan dan kenyataan yang digunakan untuk menghitung *weighting factor* dan *weighting score* masing-masing dimensi. Hasil penghitungan dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Hasil Penghitungan *Weighting Factor* dan *Weighted Score* di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2

Dimensi	<i>Weighting Factor</i> (%)	<i>Weighted Score</i>
<i>Reliability</i>	20,123	0,612
<i>Assurance</i>	20,179	0,595
<i>Emphaty</i>	20,235	0,595
<i>Responsiveness</i>	19,955	0,593
<i>Tangibles</i>	19,508	0,511
Total	100	2,906

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 1 dapat diperoleh nilai *weighting factor* dan *weighted score* di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2. Hasil penghitungan data dapat dilihat urutan dimensi yang mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan di *Bowling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 adalah *reliability*, *assurance*, *emphaty*, *responsiveness* dan *tangibles*.

Tabel 2. Hasil Penghitungan *Weighting Factor* dan *Weighted Score* di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34

Dimensi	<i>Weighting Factor (%)</i>	<i>Weighted Score</i>
<i>Reliability</i>	20,057	0,628
<i>Emphaty</i>	19,943	0,610
<i>Assurance</i>	20,057	0,606
<i>Responsiveness</i>	20,000	0,604
<i>Tangibles</i>	19,771	0,577
Total	100	3,025

Sumber: Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 2 dapat diperoleh nilai *weighting factor* dan *weighted score* di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34. Hasil penghitungan data dapat dilihat urutan dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 adalah dimensi *reliability*, *emphaty*, *assurance*, *responsiveness* dan *tangibles*.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Konsumen dapat dikatakan puas apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas (Supranto, 2011). Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa nilai kenyataan kedua outlet lebih kecil dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa belum puas. Ada kemungkinan penyebab konsumen belum puas karena fasilitas yang disediakan belum cukup meliputi: ketersediaanya lahan parkir kurang luas, mudah dan aman, ketersediaan tisu yang kurang memadai baik itu tisu di meja

konsumen maupun di toilet, akses wifi yang kurang lancar, ketersediaan pendingin ruangan dan mushola.

Pada penghitungan *weighted score* yang dapat dilihat pada tabel 1 dan 2 diperoleh data bahwa masing-masing outlet diperoleh urutan nilai *weighted score* yang berbeda. Nilai sumbangan tertinggi pada kedua outlet terletak pada dimensi *reliability*, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dilihat pada dimensi *reliability* mencakup aspek aroma, rasa, porsi, variasi menu, tekstur, penyajian produk, dan kebersihan alat saji.

Nilai sumbangan yang kedua di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No 2 terletak pada dimensi *assurance* sedangkan yang di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 terletak pada dimensi *emphaty*, hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No 2 merasa puas pada aspek jaminan bahan yang digunakan itu segar, berkualitas baik, aman, bermanfaat untuk kesehatan, dan keramahan pramusaji. Sedangkan yang di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 konsumen merasa puas terletak pada aspek pramusaji yang dapat menangani keluhan konsumen dengan baik.

Nilai sumbangan yang ketiga di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 terletak pada dimensi *emphaty* sedangkan yang di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 terletak pada dimensi *assurance*. Nilai sumbangan keempat dan kelima dari kedua outlet mendapatkan nilai yang sama terletak pada dimensi *responsiveness* dan *tangibles*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi yang paling berpengaruh pada kedua outlet yaitu *reliability*, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ardina Hariasari, 2015) diperoleh hasil faktor yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Nikkou Ramen adalah dari kualitas jasa yaitu *responsiveness* dan penelitian yang dilakukan (Sri Handayani, 2002) diperoleh hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan makanan dengan kepuasan konsumen yaitu sebesar 1,00 dan  $r_{tabel}$  dalam taraf signifikansi 5 % dengan db 58 sebesar 0,266.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan bukti langsung (*tangibles*) di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 masuk dalam kategori belum puas.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan keandalan (*reliability*) di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 masuk dalam kategori belum puas.
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan daya tanggap (*responsiveness*) di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan di *Bowlling*

*Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 masuk dalam kategori belum puas.

4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan jaminan (*assurance*) di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 masuk dalam kategori belum puas.
5. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan empati (*emphaty*) di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 masuk dalam kategori belum puas.
6. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Alamanda No. 2 dan di *Bowlling Fruit Bar* Jl. Affandy No. 34 masuk dalam kategori belum puas.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat disampaikan bagi pengelola *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta adalah pada dimensi *tangibles*, yaitu penambahan pendingin ruangan yang bisa menjangkau seluruh ruangan, perbaikan mengenai *wifi* agar lebih cepat dalam pengaksesan, penyediaan mushola, perbaikan lahan parkir, kebersihan area dan perbaikan mengenai *uniform* pramusaji agar menarik.

Pada dimensi *reliability*, yaitu agar selalu tetap menjaga porsi dan rasa hidangan yang konstan. Pada dimensi *responsiveness*,

yaitu pramusaji lebih cepat tanggap mengenai informasi yang diinginkan konsumen.

Pada dimensi *assurance*, yaitu pramusaji dapat menjelaskan mengenai produk dan fasilitas yang ada, pramusaji berbicara ramah, selalu tersenyum dan memberikan sapaan yang sopan ketika tamu datang. Pada dimensi *emphaty*, yaitu pramusaji dapat menerima keluhan konsumen.

Selain itu, pada setiap bulan selalu dilakukan evaluasi untuk mengetahui target yang telah dicapai atau kekurangan pada jasa pelayanan, melakukan inovasi dalam bekerja dengan menambah program latihan dengan sesuatu yang baru dan modern, memperbaiki SOP pelayanan dan peraturan pada perusahaan

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti menggunakan variabel lain karena variabel ini sudah banyak digunakan pada penelitian sejenis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardina Hariasari. (2015). *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restaurant Nikkou Ramen Yogyakarta*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Teknik Boga. Fakultas Teknik, UNY.
- Arikunto, S.(2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2015). *Jumlah Penduduk Indonesia 2015*. Diakses dari <http://www.bps.go.id/> tanggal 14 desember 2015
- Irawan, H. (2002). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller.K.L. (2009). *Marketing management* (13th ed.) New Jersey : upper Saddle River.
- Sri Handayani.(2002). *Hubungan antara Kualitas Pelayanan Makanan dengan*

*Kepuasan Pelanggan di Gazebo Garden Restaurant Yogyakarta*. Skripsi. Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, UNY.

- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto.(2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Tjiptono, F & Gregorius Chandra. (2005). *Service Quality dan Satisfaction*.Yogyakarta. Andi Offset.
- Umar, H. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.