

**IDENTIFIKASI ATRIBUT KEPUASAN KONSUMEN DAN PELAYANAN
RESTORAN STEAK DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

*(Identification of Attributes of Consumers' Satisfactions and Services of Steakhouse Restaurants
in Bandar Lampung)*

Elisa, Agus Hudoyo, Achdiansyah Soelaiman

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung 35145, Telp. 085768665425, e-mail: eli_ssa23@yahoo.com

ABSTRACT

The increase in income has triggered the growth of restaurants, including a steak restaurant in Bandar Lampung. This makes the competition among restaurants become harder. The purpose of this research is to identify the attributes of customer satisfaction and services in two steak restaurants in Bandar Lampung. Data were collected from 60 respondents to evaluate the satisfaction attributes and restaurant services, using questionnaires, the validity and the reliability of which have been tested. The results showed that there were 24 attributes for steak restaurants. The attributes of customer satisfaction and services including taste, menu diversity, nutrition, menu display, menu suitability, texture, menu consistency, neatness of employees, speed of service, informative waitress, hospitality, service fairness, the accuracy of written orders, payment convenience, cleanliness of the restaurant, the willingness to answer questions, responsiveness of employees, completeness cutlery, location, parking, air conditioning, toilet, variety of seating and decoration. The attributes that make consumers feel most satisfied included taste, texture, and location.

Key words: attributes, consumers' satisfaction, services, validity and reliability test

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk di Provinsi Lampung sangat pesat, terbukti dengan jumlah penduduknya sebesar 8.117.268 jiwa. Jumlah penduduk di Bandar Lampung selalu mengalami peningkatan. Persentase penduduk di Bandar Lampung menempati peringkat ketiga dengan jumlah penduduk yang mencapai 979.287 jiwa (BPS 2014). Meningkatnya pertumbuhan penduduk, mendorong keadaan ekonomi yang semakin membaik karena adanya peningkatan pendapatan. Hal ini menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat.

Perubahan gaya hidup masyarakat dengan kesibukan pekerjaan sehari-hari diluar rumah yang menyita waktu banyak, membuat masyarakat melakukan konsumsi diluar rumah dengan makanan yang bermutu, tempat terjangkau dan harga murah. Keadaan ini menjadi daya tarik bagi pemilik modal untuk menciptakan bisnis kuliner, yaitu restoran *steak*. *Steak* merupakan olahan daging sapi yang penyajiannya dengan cara dipanggang atau dibakar serta disajikan dengan buncis dan wortel rebus.

Bermacam-macam penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen dan pelayanan restoran telah

dilakukan oleh banyak peneliti dengan hasil yang berbeda. Identifikasi atribut pelayanan dan kepuasan konsumen perlu dilakukan untuk dapat menggunakan bentuk pelayanan yang tepat. Pemilihan atribut pelayanan harus disesuaikan dengan keadaan dan jenis dari restoran yang menjadi tempat penelitian. Proses identifikasi dilakukan dengan cara menggabungkan atribut pelayanan dan kepuasan konsumen dari penelitian sejenis yang telah diketahui hasilnya (Aryanti 2013).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Norma (2014) melakukan penelitian tentang Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Malibu *Steak N Pizza* Malang. Dalam penelitiannya, Norma (2014) menggunakan 16 atribut. Dari 16 atribut tersebut terdapat 2 atribut yang berbeda dari penelitian yang lainnya yaitu atribut penataan *eksterior* ruangan, tidak memandang status sosial dalam pelayanan dan memberikan daftar menu tanpa diminta. Namun ada pula penelitian lain yang mempunyai kesamaan atribut seperti atribut citarasa *steak*, tekstur *steak* dan cara penyajian *steak*. Penelitian tersebut dilakukan oleh Mega (2012). Iriani (2012) melakukan penelitian dengan menggunakan 27 atribut diantaranya adalah ketersediaan penyejuk ruangan. Sedangkan Shandy (2014) memasukkan

atribut ketersediaan kursi dan tempat duduk yang nyaman, dan Ade (2012) mempunyai 15 atribut dalam penelitiannya dengan lebih mengutamakan pada pelayanan karyawan seperti penampilan karyawan dan kecepatan pelayanan.

Terdapat lima penelitian yang memiliki hasil untuk dapat digunakan pada restoran *steak*. Penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan peneliti, memiliki perbedaan jumlah atribut, tempat dan alat analisis. Atribut-atribut tersebut seharusnya tidak jauh berbeda antar penelitian. Penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi dari berbagai atribut kepuasan konsumen dan pelayanan restoran *steak*. Atribut-atribut yang teridentifikasi pada penelitian ini akan dicoba diaplikasikan untuk mengetahui beberapa atribut yang perlu ditingkatkan pelayanannya. Penelitian ini dilakukan pada restoran *steak* yang ada di kota Bandar Lampung. Harga steak terkenal cukup tinggi. Namun pada restoran ini menyajikan steak dengan rasa yang enak namun harga sesuai dengan kantong anak mahasiswa. Sehingga restoran ini selalu ramai pengunjung. Untuk mempertahankan pengunjung yang selalu ramai, maka perlu memberikan pelayanan yang baik untuk kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut mana saja yang dapat digunakan untuk penelitian pada restoran steak di Kota Bandar Lampung, dan mengetahui atribut mana saja yang menjadi kepuasan konsumen pada restoran *steak* di Kota Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini dilakukan identifikasi atribut untuk mendapatkan atribut kepuasan dan pelayanan yang dapat digunakan pada restoran *steak*. Identifikasi atribut kepuasan dan pelayanan didapatkan dari penelitian terdahulu dengan menggabungkan atribut yang satu dan yang lainnya. Didapatkan sebanyak 24 atribut yang sesuai untuk restoran *steak* yang dapat dilihat pada Tabel 1. Pada Tabel 1 ada 24 atribut penelitian yang didapatkan dari 5 penelitian terdahulu yang sejenis. Atribut tersebut telah disesuaikan dengan lokasi penelitian. Dari 5 penelitian terdahulu didapatkan sebanyak 46 atribut kepuasan dan pelayanan. Namun telah dilakukan penggabungan dan pemilihan atribut yang dapat digunakan untuk penelitian pada restoran *steak* di kota Bandar Lampung.

Tabel 1. Atribut Penelitian

Atribut Penelitian	a	b	c	d	e
Produk					
Rasa			√	√	
Tekstur				√	
Penampilan menu				√	
Jaminan nutrisi			√		
Kesesuaian menu	√		√	√	
Keragaman menu				√	
Kelengkapan menu	√				
Perhatian					
Keramahan	√				√
Ketanggapan karyawan	√				
Ketelitian mencatat	√		√		√
Kecepatan pelayanan	√		√		√
Kesediaan menjawab pertanyaan	√				√
Kemampuan memberikan informasi					√
Kerapihan karyawan	√		√		√
Keadilan pelayanan			√		√
Kemudahan pembayaran			√		
Kebersihan restoran					√
Fasilitas					
Kelengkapan alat makan	√		√		
Variasi tempat duduk	√				√
Penyejuk ruangan	√	√			
Keserasian dekorasi	√				√
Ketersediaan toilet	√		√		
Ketersediaan tempat parkir	√	√			√
Lokasi restoran	√				

Keterangan:
a = Norma (2014)
b = Iriani (2012)
c = Ade (2012)
d = Mega (2012)
e = Shandy (2014)

Terdapat dua kelompok sampel dalam penelitian ini yaitu untuk uji validitas dan reliabilitas sebanyak 60 responden, untuk analisis IPA digunakan 70 responden. Waktu pengumpulan data dilakukan pada bulan September-Oktober 2015. Penelitian ini dilakukan pada dua restoran *steak* di Bandar Lampung, yaitu *Waroeng Steak And Shake* dan *Obonk Steak*. Responden pada penelitian ini yaitu konsumen yang sedang dan pernah melakukan pembelian produk *steak* antara lain *tenderloin*, *sirloin* dan *chicken steak*. Informasi didapatkan dengan penyebaran kuesioner, untuk masing-masing restoran *steak* disebar sebanyak 35 kuesioner.

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan akan dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Pertanyaan yang diberikan kepada responden berupa pemilihan rentang skala Likert dibuat berjenjang oleh peneliti mulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi. Variabel yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dengan jawaban (puas) dan pelayanan dengan jawaban (baik), dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai 5 tingkat Skala Likert

Tingkat Kepuasan	Tingkat Pelayanan	Skor
Tidak Puas	Tidak Baik	1
Kurang Puas	Kurang Baik	2
Cukup Puas	Cukup Baik	3
Puas	Baik	4
Sangat Puas	Sangat Baik	5

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji butir pertanyaan kuesioner, sehingga peneliti mengetahui atribut mana saja yang dapat digunakan untuk penelitian pada restoran *steak* di Bandar Lampung. Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur tersebut dapat mengukur sesuatu yang ingin diukur. Korelasi yang digunakan adalah korelasi *pearson*. Data dikatakan valid apabila nilai r hitung > nilai r kritis. Atribut (N) dalam penelitian adalah sebanyak 24 butir, sehingga nilai r kritis = 0,254 dengan $\alpha = 0,05$.

Rumus korelasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- r_{hitung} : Koefisien korelasi
- $\sum X_i$: Jumlah skor item
- $\sum X_i Y_i$: Jumlah skor item
- n : Jumlah responden

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- t : Nilai t_{hitung}
- r : Koefisien korelasi hasil r_{hitung}
- n : Jumlah responden

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya. Korelasi yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini adalah korelasi *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* adalah *Koefisien alpha* yang digunakan sebagai ukuran umum dari konsistensi internal skala *multi item*. *Cronbach Alpha* memiliki nilai korelasi yang berkisar dari nol sampai satu. Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai alpha. *Cronbach Alpha* (r₁₁) >0,7 dapat diterima dan *Cronbach Alpha* (r₁₁) >0,8

maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel. Rumus korelasi *Cronbach Alpha* yang digunakan adalah sebagai berikut: (Sugiyono 2008).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right] \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

- r₁₁ : Koefisien alfa
- k : Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_i^2$: Jumlah varians butir
- σ_t^2 : Varians total

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) akan digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan alat analisis yang menggambarkan pelayanan dari restoran dibandingkan dengan kepuasan konsumen. Dengan analisis ini, akan diperoleh atribut-atribut apa saja yang menurut konsumen penting dan pelayanannya baik. Metode ini menggunakan diagram kartesius dengan empat kuadran dengan fungsi yang berbeda. Hasil analisis IPA ditunjukkan pada diagram kartesius. Dimana untuk sumbu Y adalah penilaian kepuasan konsumen, dan sumbu X penilaian pelayanan restoran (Supranto 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Konsumen yang datang ke Restoran A dan B adalah perempuan lajang yaitu berusia 21-25 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa dan pegawai swasta. Sebagian besar konsumen memiliki pengeluaran sebesar Rp.600.000,- sampai Rp.2.000.000,- dapat dilihat pada Tabel 3.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 24 atribut kepuasan dan pelayanan, memiliki nilai korelasi >0,254. Artinya semua atribut pelayanan dan kepuasan dalam penelitian dapat digunakan. Hasil uji validitas untuk tiap-tiap atribut disajikan dalam Tabel 4. Hasil uji reliabilitas atribut kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa nilai alpha sebesar 0,93. Dari hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi >0,80, sehingga reliabel.

Tabel 3. Persentase karakteristik responden Restoran A dan B

JK	Jumlah	Usia	Jumlah	Status	Jumlah	Pengeluaran (000)	Jumlah	Pekerjaan	Jumlah
L	26	< 20	21	Menikah	13	< 500,-	11	IRT	4
P	44	21 - 25	26	Lajang	57	600--1.000,-	20	Wiraswasta	8
		26 - 30	15			1.100--2.000,-	20	Pegawai swasta	14
		31 - 35	5			> 2.000,-	19	PNS	7
		35 - 40	3					Pelajar/Mahasiswa	37
Jumlah	70		70		70		70		70

Tabel 4. Hasil koefisien korelasi untuk validitas

Atribut yang diuji	Koefisien Korelasi	
	Pelayanan	Kepuasan
Produk		
Rasa	0.613**	0.447**
Tekstur	0.655**	0.452**
Penampilan menu	0.583**	0.447**
Jaminan nutrisi	0.551**	0.567**
Kesesuaian menu	0.582**	0.432**
Keragaman menu	0.558**	0.540**
Kelengkapan menu	0.533**	0.518**
Perhatian		
Keramahan	0.694**	0.616**
Ketanggapan karyawan	0.555**	0.655**
Ketelitian mencatat	0.542**	0.617**
Kecepatan pelayanan	0.558**	0.647**
Kesediaan menjawab pertanyaan	0.522**	0.581**
Kemampuan memberi informasi	0.668**	0.649**
Kerapihan karyawan	0.656**	0.584**
Keadilan pelayanan	0.580**	0.595**
Kemudahan pembayaran	0.431**	0.731**
Kebersihan restoran	0.631**	0.610**
Fasilitas		
Kelengkapan alat makan	0.569**	0.566**
Variasi tempat duduk	0.514**	0.686**
Penyejuk ruangan	0.565**	0.635**
Keserasian dekorasi	0.603**	0.621**
Ketersediaan toilet	0.612**	0.687**
Ketersediaan tempat parkir	0.728**	0.361**
Lokasi restoran	0.596**	0.660**

* berbeda nyata, dengan taraf nyata (α)=5% atau $r_{critical}=(0,254)$

** berbeda nyata, dengan taraf nyata (α)=1% atau $r_{critical}=(0,330)$

Hasil Identifikasi Atribut

Dibawah ini terdapat Tabel 5, ada tiga variabel yaitu variabel produk, perhatian dan fasilitas. Pada masing-masing variabel memiliki nilai yang berbeda untuk setiap atributnya. Skor pada restoran A dan restoran B menentukan apakah konsumen yang melakukan pembelian merasakan kepuasan terhadap pelayanan restoran *steak*.

Hasil identifikasi atribut menunjukkan bahwa atribut rasa memiliki nilai tertinggi. Nilai skor

atribut rasa pada restoran A lebih besar dari restoran B. Rasa dianggap penting bagi konsumen, karena setiap konsumen melakukan konsumsi yang pertama kali dinilai adalah rasa dari makanan itu. Apabila makanan itu enak, maka konsumen akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk melakukan pembelian. Rasa menjadi penting apabila konsumen menginginkan rasa *steak* yang enak, kemudian pihak restoran menyajikan *steak* sesuai dengan selera konsumen. Keragaman menu pada restoran B sudah cukup memuaskan konsumen, karena pihak restoran sudah menyediakan berbagai menu *steak* yang sudah familiar di kalangan pecinta *steak*, seperti *tenderloin*, *sirloin*, dan *chicken steak*.

Komponen perhatian sebanyak 8 atribut. Dari hasil identifikasi bahwa atribut yang membuat konsumen merasa puas yaitu, kecepatan pelayanan dan keadilan. Karyawan tanggap dalam memberikan daftar menu tanpa diminta dengan konsumen. Keadilan karyawan dalam melayani konsumen adalah sama. Jadi setiap konsumen yang datang terlebih dahulu, maka itu yang akan dilayani dahulu. Tidak ada perbedaan dalam restoran ini.

Komponen fasilitas sebanyak 10 atribut. Konsumen merasa kepuasan pada atribut lokasi dan ketersediaan tempat parkir. Pihak restoran A telah membuat lokasi pada tempat yang strategis, yaitu mudah dijangkau oleh kendaraan umum, dekat dengan kantor dan kampus. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mustika (2013), bahwa atribut ketersediaan tempat parkir dan lokasi dapat memuaskan konsumen karena pelayanan telah dilakukan dengan baik. Dari hasil total rata-rata nilai restoran A sebesar 3,971 dan restoran B 3,918. Artinya bahwa nilai total rata-rata untuk restoran A lebih besar dibandingkan restoran B. Kepuasan konsumen lebih besar pada restoran A dibandingkan restoran B.

Tabel 5. Rata-rata nilai skor atribut

Atribut yang teridentifikasi	Restoran A		Restoran B	
	Pelayanan	Kepuasan	Pelayanan	Kepuasan
Produk				
Rasa	3,971	4,742	3,600	3,742
Tekstur	4,200	4,543	3,800	4,000
Penampilan menu	3,900	3,914	4,685	4,314
Jaminan nutrisi	4,171	4,400	4,771	4,629
Kesesuaian menu	3,828	4,228	4,742	4,285
Keragaman menu	4,514	3,371	4,000	4,543
Kelengkapan menu	4,800	4,086	3,743	3,086
Rata-rata	4,198	4,183	4,192	4,086
Perhatian				
Keramahan	3,542	3,571	3,714	4,171
Ketanggapan karyawan	4,542	3,857	3,200	3,486
Ketelitian mencatat	4,571	4,171	4,229	4,114
Kecepatan pelayanan	4,543	5,000	3,486	3,543
Kesediaan menjawab pertanyaan	3,400	3,429	4,657	3,629
Kemampuan memberi informasi	3,885	3,457	4,457	3,771
Kerapihan karyawan	3,400	3,571	3,942	4,314
Keadilan pelayanan	5,000	5,000	5,000	5,000
Kemudahan pembayaran	3,714	3,857	3,914	3,800
Kebersihan restoran	3,400	3,542	3,742	3,771
Rata-rata	4,000	3,946	4,034	3,960
Fasilitas				
Kelengkapan alat makan	4,229	4,086	3,371	3,343
Variasi tempat duduk	3,628	4,000	3,971	3,457
Penyejuk ruangan	4,000	3,600	2,885	2,942
Dekorasi restoran	3,971	4,371	4,600	3,886
Ketersediaan toilet	3,086	2,942	3,429	4,285
Ketersediaan tempat parkir	4,314	2,771	4,457	4,400
Lokasi restoran	2,914	4,800	4,342	3,514
Rata-rata	3,735	3,796	3,865	3,690
Rata-rata seluruh atribut	3,980	3,971	4,031	3,918

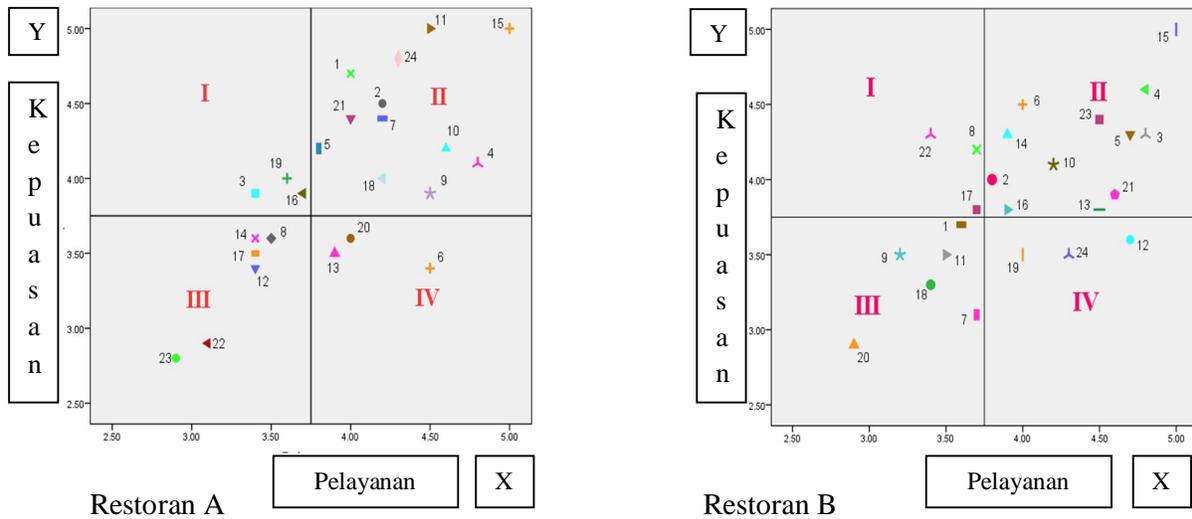
Importance Performance Analysis (IPA)

Diagram kartesius menggambarkan pelayanan dibandingkan dengan kepuasan pada restoran *steak* dipersepsikan dalam grafik *Importance Performance Analysis* (IPA). Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran dengan fungsi berbeda. Guna penjelasan pada masing-masing kuadran restoran *steak* ada pada Gambar 1. Berbeda dengan penelitian Widyasari (2014) mengenai tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi bahun jagung di Bandar Lampung, menilai tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan Indeks Kepuasan Konsumen (*Consumer Satisfaction Index*).

Kelemahan restoran *steak* adalah variasi tempat duduk yang dinilai konsumen kurang beragam. Keinginan konsumen adalah untuk menikmati makanan pada tempat duduk yang nyaman. Pada restoran A hanya ada satu jenis tempat duduk. Pada saat melakukan wawancara, konsumen menginginkan tempat duduk berupa sofa untuk

kenyamanan menikmati hidangan. Pihak restoran sebaiknya mempertimbangkan keinginan konsumen untuk menambah variasi tempat duduk.

Keunggulan pada restoran *steak* adalah rasa, tekstur dan kemudahan menjangkau lokasi. Rasa menjadi penting apabila konsumen menginginkan rasa *steak* yang enak, kemudian pihak restoran menyajikan *steak* sesuai dengan selera konsumen. Tekstur *steak* menjadi penting, para pecinta *steak* menginginkan *steak* yang mudah untuk dikonsumsi. Kemudahan menjangkau lokasi membuat konsumen merasakan kepuasan.. Pihak restoran A membuat lokasi strategis dilalui kendaraan umum, dekat dengan kantor dan kampus. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Aryanti (2013) mengenai analisis tingkat pelayanan restoran terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada dua restoran di kompleks Pertokoan Way Halim Permai Bandar Lampung) yang menyebutkan bahwa rasa dan kemudahan menjangkau lokasi telah membuat konsumen merasakan kepuasan.



Gambar 1. Diagram kartesius

Keterangan:

1. Rasa
2. Tekstur
3. Penampilan menu
4. Jaminan nutrisi
5. Kesesuaian menu
6. Keragaman menu
7. Kelengkapan menu
8. Keramahan
9. Ketanggapan karyawan
10. Ketelitian mencatat pesanan
11. Kecepatan pelayanan
12. Kesediaan menjawab pertanyaan

13. Kemampuan memberikan informasi
14. Kerapihan karyawan
15. Keadilan pelayanan
16. Kemudahan pembayaran
17. Kebersihan restoran
18. Kelengkapan alat makan
19. Variasi tempat duduk
20. Penyejuk ruangan
21. Dekorasi ruangan
22. Ketersediaan toilet
23. Lokasi restoran
24. Ketersediaan tempat parkir

KESIMPULAN

Atribut kepuasan dan pelayanan untuk restoran *steak* adalah rasa, tekstur, penampilan menu, keragaman menu, kelengkapan menu, kesesuaian menu, jaminan nutrisi, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan toilet, kelengkapan alat makan, kebersihan restoran, kesesuaian dekorasi, variasi tempat duduk, lokasi restoran, penyejuk ruangan, kecepatan pelayanan, ketelitian mencatat pesanan, kemudahan pembayaran, kesediaan menjawab pertanyaan, ketanggapan karyawan, keadilan pelayanan, keramahan dan kesopanan, kemampuan memberikan informasi, kerapihan karyawan. Atribut yang membuat konsumen merasakan kepuasan adalah rasa, tekstur dan kemudahan menjangkau lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ade I. 2012. Tingkat kepuasan konsumen pada mutun pelayanan rumah makan (Studi Pada RM. Jawa Deli RM. Puti Minang dan RM. Tak Bernama di Kampus Susuk, Kampus USU, Medan). *Jurnal Keuangan dan Bisnis* (4):2. Hal 148-159. Diakses 20 Januari 2015.

Ariesman L S. 2015. Permintaan dan kepuasan konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi kecap di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)* (3):2. Hal 211-218. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/>. Diakses 20 Januari 2015.

Aryanti D. 2013. Analisis tingkat pelayanan restoran terhadap kepuasan pelanggan: studi kasus pada dua restoran di kompleks pertokoan Way Halim Permai Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)* (1):2. Hal 118-125. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/>. Diakses 20 Januari 2015.

Azwar S. 2001. *Reliabilitas dan Validitas SPSS*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2015. *Lampung Dalam Angka 2014*. BPS. Bandar Lampung. <http://www.bps.go.id/>. Diakses 8 Januari 2015.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Lampung. 2014. *Kebudayaan dan Pariwisata dalam Angka Tahun 2014*. Bandar Lampung. [https://Dinas Kebudayaan dan Pariwisata-Provinsi Lampung](https://Dinas%20Kebudayaan%20dan%20Pariwisata-Provinsi%20Lampung). Diakses 7 September 2014.

Gadung A. 2015. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsume Kopi Bubuk Sinar Baru Cap Bola

- Dunia (SB-CBD) di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)* (3):4. Hal 370-376. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/>. Diakses 20 Januari 2015.
- Iriani. 2012. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Hotel & Restaurant Telengria Pacitan Dengan Metode Serqual Dan Fuzzy. *Skripsi*. Fakultas Teknologi Industri. Universitas Pembangunan Nasional. Jawa Timur.
- Kotler P. 2002. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid I dan II. Edisi Revisi. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Marsum WA. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Mega A. 2012. Analisis Preferensi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap hidangan steak di Waroeng Steak And Shake Cabang Jatinangor Kabupaten Sumedang. *Skripsi*. Fakultas Peternakan. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Mowen JC dan Minor M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Mustika T. 2013. Tingkat kepuasan nasabah tabungan terhadap pelayanan bank: Studi kasus dua bank di Bandar Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)* (1):4. Hal 304-310. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/>. Diakses 20 Januari 2015.
- Norma P. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Malibu Steak N Pizza (Cabang Terusan Kawi) Malang. *Skripsi*. Fakultas Teknologi Industri Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Puspita. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode Servqual (*Service Quality*) dan Qfd (*Quality Function Deployment*) (Studi Kasus di Prime Chicken). *Skripsi*. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Shandy W. 2014. Pengaruh Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Pemasaran. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Singarimbun M dan Effendi S. 1987. *Metode Penelitian Survei (Edisi Kedua)*. LP3ES. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan U. 2003. *Perilaku Kosumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Supranto J. 2003. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta. Jakarta.
- Widyasari R. 2014. Tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen rumah tangga dalam mengonsumsi bihun jagung di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)* (2):4. Hal 382-389. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/>. Diakses 20 Januari 2015.